



Universidade de Aveiro
2014

Departamento de Comunicação e Arte

**Igor Alexandre
Pereira Ramos**

**100 anos de design no cartaz
de cinema português: 1912 – 2012**



**Igor Alexandre
Pereira Ramos**

**100 anos de design no cartaz
de cinema português: 1912 – 2012**

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Design, realizada sob a orientação científica da Doutora Maria Helena Ferreira Braga Barbosa, Professora Auxiliar do Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro.

o júri

presidente	Prof. Doutor Rui Carlos Ferreira Cavadas da Costa Professor Auxiliar do Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro
orientadora	Prof. Doutora Maria Helena Ferreira Braga Barbosa Professora Auxiliar do Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro
arguente	Prof. Designer Henrique Frederico Cantiga Cayatte Professor Auxiliar Convitado do Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro

agradecimentos

Aos meus pais, Leonel e Lucília, pelo apoio, estabilidade e confiança incondicionais ao longo destes vinte e três anos. À minha irmã, Neide, por ver em mim mais do que aquilo que sou. À minha avó Maria, pelas castanhas assadas já nos dias de maior desespero. Aos meus tios, Célia e Paulo, ao meu primo e afilhado Gabi, à Dona Salete e aos meus avós... por sermos uma família pequena, mas sempre feliz e unida.

Aos meus amigos Daniel Guedes, Daniela Cruz, Raphaella Rocha, Pedro Monteiro, Juliana Moreira e Diogo Dias, sem os quais o mestrado não teria tido metade da piada, por terem sido os companheiros de todas as semanas, e os responsáveis por alguns dos momentos destes dois anos que vou recordar com mais saudade. Ao Francisco Frutuoso, pelas melhores conversas e conselhos.

A todos os colegas e professores com quem tive o privilégio de conviver, de 2009 a 2014, ao longo da minha passagem pela Universidade de Aveiro. Foi convosco que cresci e aprendi – ou pelo menos comecei a aprender – o que é trabalhar em design.

Aos designers Henrique Cayatte, Judite Cília, Luís Alegre e Joana Linda, pelas prazerosas conversas acerca do cartaz de cinema português.

Finalmente à minha orientadora, professora Helena Barbosa, sempre simpática, segura, pragmática, disponível... sempre atenta à caixa de *e-mail*. Mais do que uma professora é uma amiga e uma referência em termos de ética pessoal e profissional que levo para a vida.

palavras-chave

história do design gráfico, cartaz, cinema, editorial, Portugal.

resumo

A presente investigação possui como objeto de estudo o cartaz de cinema português, e materializa-se num projeto de carácter teórico-prático que sistematiza todo o processo e conhecimento decorrentes da mesma.

Uma análise documental referente à história do cinema português e à história do design gráfico, e do cartaz em específico, revela que ambas se mostram, até ao momento, incapazes de providenciar uma narrativa global acerca das mudanças que transfiguraram o cartaz de cinema português ao longo das décadas.

Ensaçou-se, portanto, um projeto de investigação com o objetivo de dar resposta a esta carência, utilizando o design como lente através da qual se observa este artefacto, desde a fundação da produtora *Invicta Film* (na cidade do Porto, em 1912) até ao lançamento do internacionalmente aclamado *Tabu*, realizado por Miguel Gomes, em 2012.

Os testemunhos de um grupo de quatro designers, que assinaram cartazes de cinema ao longo das últimas quatro décadas, possibilitou uma compreensão no que diz respeito ao processo de conceção deste artefacto, através da articulação das vertentes autoria/programa/tecnologia, da tríade de Francisco Providência, que se constituiu como ferramenta de análise conceptual destes artefactos. Recorrendo a um conjunto de fontes, selecionaram-se 130 cartazes que, ao serem apresentados em articulação com os contextos do design e do cinema, procuram viabilizar uma compreensão holística sobre estas áreas e os próprios cartazes.

Estes conteúdos encontram-se disseminados na componente prática do projeto de investigação, dividida entre o presente documento e o projeto editorial que o acompanha, possibilitando a identificação de uma pluralidade de discursos estéticos, fruto de diversas influências nacionais e internacionais que se procuraram rastrear e apresentar, fornecendo um *insight* relativamente ao processo criativo dos designers e à realidade atual do cartaz de cinema no nosso país. O projeto editorial procurou fazer uso do conceito de visualidade e aplicá-lo aos cartazes de cinema, indiciando um caminho que futuramente outras publicações poderão vir a explorar, em alternativa às que se encontram no mercado, desenhadas de acordo com uma lógica de “catálogo” de cartazes, não promovendo uma interação do leitor para com os mesmos para além da simples observação.

keywords

graphic design history, poster, cinema, editorial, Portugal.

abstract

This research has the Portuguese film poster as the subject of its study, and consists of a theoretic and practical project that documents the entire process and knowledge that were gathered.

A documentary analysis about the history of the Portuguese film history and the history of graphic design in Portugal reveals that both are, at the present time, unable to provide a global narrative about the changes that transfigured the Portuguese film poster throughout the decades. Therefore, a research project was developed in order to provide an answer to this need, using design as the lens through which we look at this artifact, from the foundation of the production company *Invicta Film* (in the city of Oporto, in 1912) to the release of the internationally acclaimed Portuguese film *Tabu*, directed by Miguel Gomes, in 2012.

The testimonies of a group of four designers, that created film posters over the last four decades, provided an understanding about the process of designing this artifact, through the articulation of the variables authorship, programme and technology, that create Francisco Providencia's design triad, here used as a conceptual analysis tool for this group of posters. Using a group of sources 130 posters were selected and presented in articulation with the contexts of Portuguese cinema and graphic design, in an attempt to enable a holistic understanding about both areas and the posters themselves.

These contents are spread across the practical component of the project, divided between the present document and an editorial project (magazine). Combined they allow the identification of a multitude of aesthetic discourses, which are the result of several national and international influences, that we tried to track and showcase, while also providing an insight about the current state of film posters in Portugal. The editorial project sought to use the concept of visibility and apply it to film posters, indicating a path that, in the future, other publications could explore, in an alternative to those that we can find nowadays, designed according to a "catalog" layout that does not promote an interaction between the reader and the posters beyond the simple observation of them.

Índice

01	I. Introdução
03	1.1. D' <i>O Silêncio dos Inocentes</i> ao cartaz de cinema português
05	1.2. Problemática e objetivos
07	1.3. Abordagem metodológica
08	1.3.1. Design vs cinema
09	1.3.2. Seleção e recolha de cartazes
13	1.3.3. Entrevistas
15	1.3.4. Componente prática
17	1.4. Comunicações sobre o projeto de investigação
19	1.5. Estrutura do documento
23	II. Para um conhecimento sobre cinema e cartazes
25	2.1. Contextualização
27	Parte I
27	2.2. Documentos sobre cinema português
35	2.3. Documentos sobre o cartaz de cinema português
35	2.3.1. Design gráfico e cartaz
40	2.3.2. Cartaz de cinema
53	Parte II
53	2.4. Documentos internacionais sobre cartaz de cinema
67	2.5. Exemplos de visualidade no design editorial
75	III. 100 anos de design no cartaz de cinema português: 1912 - 2012
77	3.1. Conversas à volta do cartaz de cinema português
84	3.2. Outras dimensões do cartaz de cinema: ontem, hoje e amanhã
88	3.2. Projeto editorial: <i>100 anos de design no cartaz de cinema português: 1912 - 2012</i>
88	3.2.1. Conteúdos e organização interna
95	3.2.2. Design editorial
117	IV. Conclusão
119	4.1. Considerações finais acerca do projeto
123	4.2. Novas rotas de investigação
126	Bibliografia

Lista de acrónimos

ANIM Arquivo Nacional das Imagens em Movimento

BNP Biblioteca Nacional de Portugal

CDIR Coleção Digital Igor Ramos

CNCCR Coleção Nacional para as Comemorações do Centenário da República

ESAD Escola Superior de Artes e Design de Matosinhos

ETP Escritório Técnico de Publicidade

IADE-U Instituto de Arte, Design e Empresa – Universitário

ICDHS International Committee for Design History and Design Studies

MUPI Mobiliário Urbano Para a Informação

PREC Processo Revolucionário Em Curso

SIC Sociedade Independente de Comunicação

SInBAD Sistema Integrado de Biblioteca e Arquivos Digitais

SNI Secretariado Nacional de Informação

SLP Sociedade de Língua Portuguesa

SNP Secretariado Nacional de Propaganda

UA Universidade de Aveiro

Lista de imagens

I. Introdução

figura 1. Cartaz do filme *O Silêncio dos Inocentes* (ESTADOS UNIDOS, Impawards, 2014).

figura 2. Henrique Cayatte (PORTUGAL, Infopédia, 2014).

figura 3. Luís Alegre. CDIR.

figura 4. Joana Linda (PORTUGAL, Página oficial de Joana Linda, 2014).

figura 5. Clive Dilnot (ESTADOS UNIDOS, Página oficial da Parsons, 2014).

figura 6. Poster apresentado na conferência ICDHS 2014, em co-autoria com Helena Barbosa. CDIR.

II. Para um conhecimento sobre cinema e cartazes

figura 7. Fachada da Cinemateca Portuguesa - Museu do Cinema, no nº 39 da Rua Barata Salgueiro, em Lisboa (PORTUGAL, CM Lisboa, 2014).

figura 8. Capas dos três volumes de “O Dicionário do Cinema Português”, Jorge Leitão Ramos (1989, 2007, 2012). CDIR.

figura 9. Capa de “A Invenção do Cinema Português”, Tiago Baptista (2008). CDIR.

figura 10. Dupla página, com apresentação do cartaz do filme (*Trás-os-Montes*), demonstrativa do *layout* em “A Invenção do Cinema Português”, Tiago Baptista (2008). CDIR.

figura 11. Dupla página de introdução de filme (*Trás-os-Montes*), demonstrativa do *layout* em “A Invenção do Cinema Português”, Tiago Baptista (2008). CDIR.

figura 12. Pormenor da capa de “A Invenção do Cinema Português”, Tiago Baptista (2008). CDIR.

figura 13. Pormenor de “A Invenção do Cinema Português”, Tiago Baptista (2008). CDIR.

figura 14. Capa de “Cinema em Portugal: Os Primeiros Anos”, CNCCR (2010). CDIR.

figura 15. Dupla página onde se podem observar os cartazes de *A Severa* e *A Canção de Lisboa*, demonstrativa do *layout* em “Cinema em Portugal - Os Primeiros Anos”, CNCCR (2010). CDIR.

figura 16. Capa de “O Cinema sob o olhar de Salazar”, Luís Reis Torgal (2000). CDIR.

figura 17. Capas dos volumes I e II de “Cinema Português - Um País Imaginado”, Leonor Areal (2011). CDIR.

figura 18. Capa de “O Cinema em Portugal: Os Documentários Industriais de 1933 a 1985”, Paulo Miguel Martins (2011). CDIR.

figura 19. Capa de “O Cinema Ideal e a Casa da Imprensa: 110 anos de filmes”, Maria do Carmo Piçarra (2014). CDIR.

figura 20. Capa de “Uma história do design do cartaz português do século XVII ao século XX”, Helena Barbosa (2011). CDIR.

figura 21. “O Cartaz de Cinema em Portugal”, primeira página do texto introdutório de José de Matos-Cruz (1989). BNP.

figura 22. Capa de “Cartazes do Cinema Português: A Influência nos Cartazes Russos”, Cátia Silva (2010). CDIR.

figura 23. Dupla página do projecto editorial apresentado em “Cartazes do Cinema Português: A influência nos Cartazes Russos”, Cátia Silva (2010). CDIR.

figura 24. Capa de “Cartazes de Filmes de Manoel Oliveira: de *Aniki-Bóbó* a *O Gebo e a Sombra*”, Ana Rosas (2013). CDIR.

figura 25. Dupla página de “Cartazes de Filmes de Manoel Oliveira: de *Aniki-Bóbó* a *O Gebo e a Sombra*” (Rosas, 2013). CDIR.

figura 26. Capa e pormenor da lombada de “Art of the Modern Movie Poster” (Sarowitz *et al.*, 2008). CDIR.

figura 27. Páginas de “Art of the Modern Movie Poster” (Sarowitz *et al.*, 2008, p. 96-97). CDIR.

figura 28. Duas duplas páginas de “Art of the Modern Movie Poster” (Sarowitz *et al.*, 2008, p.40-44) apresentando uma breve biografia e cartazes de Saul Bass. CDIR.

figura 29. Capa de “100 Movie Posters” (Nourmand, 2008). CDIR.

figura 30. Pormenor da capa de “100 Movie Posters” (Nourmand, 2013), que utiliza a ilustração do cartaz italiano de *La Dolce Vita*, desenhado por Sandro Simeoni. CDIR.

figura 31. Dupla página de “100 Movie Posters” (Nourmand, 2013, p. 158-159), apresentado legenda e breve informação sobre o cartaz francês de *Pickpocket* (1959), desenhado por Christian Broutin. CDIR.

figura 32. Dupla página de “100 Movie Posters” (Nourmand, 2013, p.191-192), apresentado legenda e breve informação sobre o cartaz americano de *Rosemary’s Baby* (1968), com arte de Philips Gips e design de Steve Frankfurt. CDIR.

figura 33. Capa de “Translating Hollywood” (Sarowitz, 2008). CDIR.

figura 34. Dupla página de “Translating Hollywood” (Sarowitz, 2008, p. 90-91), apresentado vários cartazes para o filme *The Trip* (1967). CDIR.

figura 35. Dupla página de “Translating Hollywood” (Sarowitz, 2008, p. 78-79), apresentado vários cartazes para o filme *Fantastic Voyage* (1966). CDIR.

figura 36. Pormenor das legendas dos cartazes em “Translating Hollywood” (Sarowitz, 2008, p. 78), a de *Fantastic Voyage*, sem indicação de autor nem dimensões. CDIR.

figura 37. Capa de “Movie Poster” (King, 2003). CDIR.

figura 38. Duplas páginas de “Movie Poster” (King, 2003), dedicadas a cartazes de filmes do realizador Ingmar Bergman (topo), da actriz Audrey Hepburn (centro) e da Polónia (baixo). CDIR.

figura 39. Pormenor de uma legenda em “Movie Poster” (King, 2003, p.168), a do cartaz de *Blade Runner* (1982). CDIR.

figura 40. Dupla página de “Movie Poster” (King, 2003, p. 168-169), dedicadas a cartazes de filmes do realizador Ridley Scott: *Blade Runner: Perigo Eminente* (1982) e *Alien: o 8º Passageiro* (1979). CDIR.

figura 41. Capa de “Fim Posters: Exploitation” (Nourmand; Marsh, 2007). CDIR.

figura 42. Dupla página de “Fim Posters: Exploitation” (Nourmand; Marsh, 2007, p. 92-93), com cartazes de *Girls in the Night* (1953) e *La Putain Respectueuse* (1952). CDIR.

figura 43. Pormenor de uma legenda em “Film Posters: Exploitation” (Nourmand; Marsh, 2007, p. 39), a do cartaz de *Chelsea Girls* (1966). CDIR.

figura 44. Dupla página de “Fim Posters: Exploitation” (Nourmand; Marsh, 2007, p. 38-39), com cartazes desenhados por Alan Aldridge para *Don’t Look Back* (1967) e *Chelsea Girls* (1966). CDIR.

figura 45. Capa de “Alternative Movie Posters: Film Art from the Underground” (Chojnacki, 2013). CDIR.

figura 46. Capas de “The Modern Japanese Movie Poster” (Borchert, 2013), “The International Film Poster” (Edwards, 1989) e “British Film Posters” (Branaghan; Chibnall, 2006). CDIR.

figura 47. Capa do número 33 da “Little White Lies”, *The Black Swan Issue* (2010), e o desenho que lhe deu origem.

figura. 48 *Lettering* e padrão desenvolvidos para o número 33 da “Little White Lies”, *The Black Swan Issue* (2010).

- figura 49.** Diversas capas da revista “Little White Lies” (2011 - 2014).
- figura 50.** Imagens de “The Sound Carried by the Winds” e “A Cloud” (Katsumi Komagata, 2005 e 2007). (JAPÃO, One Stroke, 2014).
- figura 51.** Imagens de “Blue to Blue” e “Tears” (Katsumi Komagata, 2011 e 2012). (JAPÃO, One Stroke, 2014).
- figura 52.** Capa, contra-capas e miolo de “For Browsing Only” (SINGAPURA, A Beautiful Design, 2011).
- figura 53.** Capa de “For Browsing Only” (A Beautiful Design, 2011): várias folhas de papel rasgado, criam uma textura de interpretação ambígua onde montanhas escarpadas, terra, madeira e água se misturam. (SINGAPURA, A Beautiful Design, 2011).
- figura 54.** Imagens de “Inside/Outside” (PORTUGAL, Behance: Perfil de White Studio, 2013).
- figura 55.** Capa e pormenor de *sticker* autocolante em “Inside/Outside” (PORTUGAL, Behance: perfil de White Studio, 2013).
- figura 56.** Imagens de “Utopia & Comunità: Antologia” (ITÁLIA, Artiva Design, 2009).
- figura 57.** Imagens de diversos projetos (ITÁLIA, Artiva Design, 2010 - 2012).

III. 100 anos de design no cartaz de cinema português: 1912 - 2012

- figura 58.** Cartaz de *Morrer como um Homem* (2009), filme de João Pedro Rodrigues, design de Luís Alegre, *Ideias com Peso*. Arquivo Digital *Ideias com Peso*.
- figura 59.** Cartaz de *Rafa* (2012), filme de João Salaviza, design de Joana Linda. Arquivo Digital de Joana Linda.
- figura 60.** Identificação da casa de impressão, mês, ano e tiragem, no cartaz de *Amor de Perdição*, 1943. Arquivo da BNP.
- figura 61.** Identificação apenas da gráfica no cartaz de *Crónica dos Bons Malandros*, 1984. Arquivo da Coleção Madeira Luís, UA.
- figura 62.** Identificação da tiragem, mês, ano e gráfica no cartaz de *Cerromaior*, 1980. Arquivo da Coleção Madeira Luís, UA.
- figura 63.** Identificação da gráfica, tiragem, mês e ano de impressão no cartaz de *A Fuga*, 1978. Arquivo da Coleção Madeira Luís, UA.
- figura 64.** Identificação da autoria de Almada Negreiros no cartaz de *A Canção de Lisboa*, 1933. Arquivo da Coleção Madeira Luís, UA.
- figura 65.** Identificação da autoria de Américo Leite Rosa no cartaz de *O Pai Tirano*, 1941. Arquivo Digital da BNP.
- figura 66.** Identificação da autoria de Manuel Lapa, no cartaz de *Amor de Perdição*, 1943. Arquivo Digital da BNP.
- figura 67.** Identificação da autoria de João da Câmara Leme, no cartaz de *Os Demónios de Alcacêr-Kibir*, 1976. Arquivo da Coleção Madeira Luís, UA.
- figura 68.** Identificação da autoria de Judite Cília, no cartaz de *Areia Lodo e Mar*, 1977. Arquivo da Coleção Madeira Luís, UA.
- figura 69.** Identificação da autoria de Edgar Valdez Marcelo, no cartaz de *A Fuga*, 1976. Arquivo da Coleção Madeira Luís, UA.
- figura 70.** Identificação da autoria de José Brandão, nos cartazes de *Crónica dos Bons Malandros* (1984) e *Kilas, o Mau da Fita* (1980). Arquivo da Coleção Madeira Luís, UA.
- figura 71.** Identificação da autoria de João Abel Manta, no cartaz de *As Ruínas no Interior*, 1977. Arquivo da Coleção Madeira Luís, UA.

figura 72. Identificação da autoria de "Vasco", no cartaz de *Bom Povo Português*, 1980. Arquivo da Coleção Madeira Luís, UA.

figura 73. Exemplo de "desconstrução" visual do cartaz de *Crónica dos Bons Malandros* (1984) de José Brandão.

figura 74. Processo de desgaste dos cartazes. CDIR.

figura 75. Primeiro ensaio de capa para o projeto editorial. CDIR.

figura 76. Processo de colagem dos cartazes na parede, CDIR.

figura 77. Percurso de fotografia e edição para a criação da capa. CDIR.

figura 78. Pormenores da capa com película protetora e lombada. CDIR.

figura 79. Capa da publicação em relação com a mão humana. CDIR.

figura 80. Transporte e noção de escala da revista. CDIR.

figura 81. Dupla página que revela os dois cartazes de Almada Negreiros para *A Canção de Lisboa* (1933). O canto inferior esquerdo do cartaz com a costureira Alice foi utilizado na capa do projeto editorial. CDIR.

figura 82. Aplicação da grelha numa dupla página de exibição de cartazes. CDIR.

figura 83. Visualização do ficheiro da publicação no *software* Adobe Indesign. CDIR.

figura 84. Aplicação da grelha numa dupla página de introdução de capítulo. CDIR.

figura 85. Folhear de algumas páginas da revista. CDIR.

figura 86. Recurso a uma transparência onde se imprimiu o título do filme *Maria*, que completa o *background* do cartaz, impresso na folha. CDIR.

figura 87. Utilização de cortante, no cartaz de *As Ruínas no Interior*. CDIR.

figura 88. Impressão do cartaz de *Claudia* em papel texturado. CDIR.

figura 89. Pormenor de dupla página com página desdobrável que revela o cartaz de *Amor de Perdição*. CDIR.

figura 90. Pormenor de dupla página que deixa antever a necessidade de uma margem interna maior. CDIR.

figura 91. Dupla página com cartazes da designer Judite Cília. CDIR.

figura 92. Dupla página com cartazes do designer José Brandão. CDIR.

figura 93. Dupla página com cartazes do designer João Abel Manta. CDIR.

figura 94. Dupla página com cartazes de filmes do realizador João Canijo. CDIR.

figura 95. Dupla página com cartazes de filmes do realizador João Pedro Rodrigues. CDIR.

figura 96. Dupla página com cartazes de filmes do realizador Miguel Gomes. CDIR.

figura 97. Tipografia (Títulos de capítulo). CDIR.

figura 98. Tipografia (Corpo de texto principal). CDIR.

figura 99. Tipografia (Corpo de texto secundário). CDIR.

figura 100. Tipografia (Legendas). CDIR.

figura 101. Tipografia (*Timeline*). CDIR.

figura 102. Tipografia (Número de página). CDIR.

figura 103. Dupla página e pormenor demonstrativos da tipografia escolhida em utilização. CDIR.

figura 104. Exemplo de legenda e sua integração no espaço da dupla página. CDIR.

figura 105. Listagem e origem dos cartazes. CDIR.

figuras 106 e 107. Duplas páginas do miolo da publicação. CDIR.

figuras 108. Influências internacionais nos cartazes de cinema português.

Lista de tabelas

tabela 1. Proveniência da amostra de cartazes.

tabela 2. Distribuição da amostra de cartazes por décadas.

I. Introdução

1.1. **D' O Silêncio dos Inocentes ao cartaz de cinema português**

A força-motriz por detrás do presente projeto de investigação é, antes de tudo, um profundo interesse pessoal pelo cartaz de cinema. O gosto por filmes e séries de televisão, enquanto veículos de entretenimento, mas também de desenvolvimento de uma cultura visual, essencial para qualquer estudante/profissional de design, aliado ao interesse pelo design, enquanto veículo técnico e estético de mediação cultural, acaba por manifestar-se nesse artefacto que é a comunhão das duas áreas: o cartaz de cinema.

Anunciar, através deste suporte impresso, um filme, obriga a um exercício complexo do ponto de vista da comunicação, em termos conceptuais e formais, que definem a essência de um projeto de design. Por um lado existe a necessidade de conhecer o filme que se anuncia, de se conseguir extrair uma identidade, ou uma “aura”, que se pretende transpôr para o cartaz, lidando com todas as condicionantes que possam ser impostas pelo realizador, pela companhia produtora ou pela distribuidora, situações essas que se prendem com o programa do cartaz. Por outro, um exercício muito prático de criação e tratamento de uma imagética própria, e da sua articulação com tipografia (título do filme, nomes dos atores, *tagline* e bloco de créditos são os elementos tipográficos presentes na maioria dos cartazes, podendo existir

¹ individual ou coletiva.



fig. 1 Cartaz do filme *O Silêncio dos Inocentes* (ESTADOS UNIDOS, Impawards, 2014).

² Filme de 1991, realizado por Jonathan Demme, tendo por base a obra homónima da autoria de Thomas Harris, que contava com Jodie Foster, Anthony Hopkins e Scott Glenn nos papéis principais. Foi um sucesso junto do público (tendo auferido mais de 270 milhões de dólares no *box office* mundial) e da crítica (recebeu os 5 principais óscares da Academia: melhor filme, actor, actriz, realizador e argumento adaptado), e tornou Hannibal Lecter num dos mais icónicos vilões da história do cinema.

mais), criando escalas de informação e diferentes níveis de leitura que necessitam de ser percecionados, compreendidos e, até certo ponto, assimilados por inúmeras pessoas, num período de tempo relativamente curto. A este nível a autoria¹ desempenha um papel preponderante na forma como domina essas variantes da prática projetual.

O primeiro cartaz que, de alguma forma, terá captado a minha atenção foi o do filme americano *O Silêncio dos Inocentes*² cuja autoria pertence à designer Dawn Baillie, *parter* da agência BLT Communications. A enigmática imagem apresenta uma fotografia frontal da cara da atriz Jodie Foster (que interpreta a protagonista, uma agente *rookie* do FBI chamada Clarice Starling), com a sua íris tangida de um vermelho escuro e a boca oculta por uma traça-caveira. No filme, o assassino em série que Clarice persegue, Jame Gumb ou "Buffalo Bill" (Ted Levine), como as autoridades policiais o apelidam, rapta várias mulheres para lhes extrair excertos de pele e poder criar uma nova pele para si próprio, deixando um casulo de traça-caveira na garganta dos corpos das vítimas, que abandona em diversos rios. Essas mesmas vítimas são simbolicamente e subtilmente representadas na caveira presente no dorso da traça, uma composição feita a partir dos corpos de várias mulheres compostos de forma a criar a forma de uma caveira (replicando a composição fotográfica presente em *In Voluptas Mors - Morte Voluptuosa*, 1951, de Salvador Dalí e Philippe Halsman). Note-se, ainda, como a cara de Foster parece sair "do vazio", do contraste entre luz e sombra, não existindo um princípio ou um fim para a sua figura. Em termos tipográficos, a fonte utilizada no nome dos actores principais, no título do filme e no bloco de notas é a Binder Style (desenhada por J. Binder em 1959), sendo que a fonte Futura apenas é utilizada em *from the terrifying best seller*. O resultado final é uma composição enigmática e algo inquietante, que até certo ponto deixa adivinhar o tom *noir* do filme (um *thriller* policial, que ainda hoje se discute se será, ou não, também um filme de terror) e a preservação da corajosa protagonista numa sucessão de grotescos eventos.

A "desconstrução" que acima se realizou terá, eventualmente, sido a primeira efetuada a um cartaz de cinema. Não aconteceu de uma maneira consciente, imediata ou programada. Decorreu, ao invés disso, durante um período de tempo indeterminado, durante o qual se foram descobrindo novos factos sobre o cartaz. Assim, considera-se a pertinência deste filme, e do seu cartaz, enquanto referência pessoal, pioneira de uma abordagem

ao estudo de uma retórica visual inscrito numa perspetiva evidenciada pelo design.

Depois deste, outros se seguiram, e ainda hoje continua a ser um tema que sigo muito atentamente, permanecendo atento a todos os lançamentos e descobrindo novas realidades do cartaz de cinema, nomeadamente na Europa de Leste, no Japão e outros países com realidades estéticas algo distintas da conceção "tradicional"³ de cartaz de cinema.

³ Por conceção tradicional de cartaz entende-se o modelo mais convencional, adotado na maioria dos cartazes dos circuitos comerciais norte-americano e europeu: uma imagem, por norma bastante perceptível, muitas vezes consistindo em fotografias do(s) protagonista(s) em personagem, que ocupa cerca de 2/3 do espaço do cartaz, sendo que o título do filme aparece no terço inferior, de fácil legibilidade, acompanhado do bloco de créditos. Por norma, os nomes dos actores mais famosos do elenco são também destacados e poderá, eventualmente, existir uma *tagline*. Esta conceção vai de encontro à perspetiva expressa no livro "Translating Hollywood", de Sam Sarowitz (ver páginas 59-61).

O surgimento deste interesse evidenciou-se durante o terceiro ano da licenciatura em design da Universidade de Aveiro. O mesmo acabaria por, naturalmente, me conduzir à realidade portuguesa e à descoberta da escassez de informação que foi sendo verificada em relação ao cartaz de cinema. Apesar dessas ausências, e ainda numa fase exploratória do tema, este serviu de plataforma para ingressar no mestrado em design da UA, e constituiu o foco principal de interesse da investigação, neste ciclo de formação académica. Ainda que tenha sofrido ligeiros ajustes e reenquadramentos, o tema e o objetivo da investigação mantiveram-se praticamente inalterados na sua essência desde o início de todo o processo.

1.2. Problemática e objetivos

Após uma análise inicial, de carácter meramente exploratório, conforme se referiu no sub-capítulo anterior, foi conduzida uma análise mais aprofundada relativamente a documentos e investigações que observassem o cartaz de cinema português, utilizando o design como lente⁴. Constatou-se que, apesar de existirem investigações realizadas no campo académico sobre o design dedicadas a este tema, as mesmas foram conduzidas tendo por base uma abordagem muito direcionada em função de um determinado período de tempo, ou da filmografia de um realizador, não possibilitando assim uma compreensão global da história deste artefacto.

Verificou-se, assim, não existir nenhum contributo satisfatório, quer na área do design, quer na área do cinema português, capaz de providenciar uma história de como este artefacto se foi transformando com o decorrer das décadas, desde o aparecimento do cinema em Portugal até e à atualidade. Aqui se enuncia a principal problemática desta dissertação: como contar uma história do cartaz de cinema português,

⁴ Expressa no → Capítulo II. Para um conhecimento sobre cinema e cartazes, Parte I (ver página 27).

através do design?

Assume-se que esta não será a história, mas *uma* história, dado o carácter subjetivo, e nem sempre exacto ou possível de traduzir em fórmulas científicas irrefutáveis, que pauta as investigações feitas na área da história e das ciências sociais e humanas.

Considerando o problema central, foi possível enunciar um conjunto de questões-chave que serviram de ponto de partida para o percurso investigativo.

Quais as incursões já realizadas em Portugal, e no estrangeiro, sobre esta temática, quais os seus autores e que métodos seguiram para o efeito?;

Como conduzir uma investigação que tem o design como charneira, mas que não poderá dissociar-se da área do cinema, por este representar o contexto, em termos de programa, do artefacto "cartaz de cinema"?;

Qual o panorama atual relativamente ao cartaz de cinema: quem são os seus designers? Qual o seu processo criativo? Que ferramentas utilizam?

Finalmente: que suporte possibilitaria o registo e comunicação desta história, satisfazendo assim a dimensão prática da componente projetual e complementando o próprio documento da dissertação que narra todo o processo?

Este documento procurará, através das suas componentes teórica e prática, dar resposta a estas questões que nortearam a investigação, oferecendo, num primeiro momento, um conhecimento relativamente ao estado da arte deste artefacto, dentro e fora de Portugal, e, posteriormente, traçando um percurso evolutivo dos cartazes de cinema português ao longo de aproximadamente cem anos, com um enfoque particular na atual realidade. Para isso, encetar-se-á uma articulação das realidades do design e, também, do cinema, visto que este representa, em termos conceptuais, o programa que está na origem da existência destes cartazes⁵, não descurando, ainda, contextos políticos, económicos e sociais relevantes. A identificação, observação e análise de cartazes representativos desta evolução estética, cultural e tecnológica, aliada ao diálogo com os seus autores tendo em vista a compreensão das diferentes etapas do processo criativo apresenta-se, portanto, como um objetivo preponderante.

⁵ Esta dicotomia encontra-se explorada no sub-capítulo → 1.3.1. Design vs cinema (página 08).

1.3. Abordagem metodológica

A abordagem metodológica adotada na presente investigação partilha laços com a de Barbosa (2011), "Uma história do cartaz português do século XVII ao século XX"⁶. Entendeu-se existir procedimentos que faria sentido adotar, embora agora aplicados num contexto mais direcionado, o do cartaz de cinema⁷.

⁶ Analisada no sub-capítulo → 2.3.1. Design gráfico e cartaz (ver página 35).

⁷ Sub-capítulo → 1.3.1. Design vs cinema (ver página 08).

⁸ Sub-capítulo → 1.3.2. Seleção e recolha de cartazes (ver página 09).

⁹ Sub-capítulo → 1.3.3. Entrevistas (ver página 13).

São pontes de contacto o percurso de consulta e levantamento de cartazes nos arquivos da Coleção Madeira Luís, na Universidade de Aveiro, da Cinemateca Portuguesa, e da BNP, em Lisboa⁸; de entrevistas com designers que viabilizassem uma compreensão do meio e dos contextos em que os cartazes são criados, através de uma perspectiva real e pragmática, facultada pelos seus testemunhos⁹; e ainda a utilização do modelo triangular de Francisco Providência, como suporte conceptual à análise destes artefactos, nas variáveis autoria, programa e tecnologia¹⁰, embora nem sempre de forma tão denotada quanto em Barbosa (2011).

"A avaliação das obras de design pela sua inovação, detendo-se sobre os seus diferentes níveis e naturezas, resultará sistematicamente na sua consideração funcional, estética ou construtiva, já que esses são os seus domínios de singularidade enquanto experiência de mediação cultural (do programa, da autoria e da tecnologia)" (Providência, 2012, p. 68).

¹⁰ A tecnologia diz respeito aos constrangimentos técnicos de conceção e produção do artefacto, o programa às condicionantes e pré-requisitos impostos ao designer para o desenvolvimento do projeto (normalmente sob forma de um *brief*) e a autoria à dimensão própria e subjetiva com que este ensaia um discurso e desenha uma proposta que dá resposta ao programa em detrimento da tecnologia.

¹¹ Sub-capítulo → 1.3.4. Componente prática.

A execução de um projeto editorial¹¹, que sistematiza parte do conhecimento recolhido no decorrer da investigação e permite uma visualização dos cartazes seleccionados, constitui um documento anexo a este, um exemplar único que será apresentado no sub-capítulo → 3.3. Projeto editorial: *100 anos de design no cartaz de cinema português: 1912 - 2012*, e disponibilizado em suporte físico ao júri no dia da arguência. Nos sub-capítulos seguintes proceder-se-á a uma descrição mais detalhada das diferentes fases da investigação e da abordagem metodológica que as sustenta.

1.3.1. Design vs cinema

O desafio de contar uma história do design do cartaz de cinema português nunca se augurou tarefa fácil. Desde logo porque, ainda que o design representasse a lente através da qual se observariam estes cartazes, a palavra 'cinema' não poderia nunca ser deixada de parte. Seria impensável a ideia de se falar de cartazes de cinema sem que qualquer contexto fosse facultado para os situar em termos de uma realidade social, cultural e, principalmente, cinematográfica.

Desta forma, e ainda que o design faculte algumas das ferramentas necessárias à contextualização e análise visual deste artefacto, em termos da história do design português, nunca uma compreensão, senão completa pelo menos mais verdadeira, poder-se-ia realizar sem um conhecimento, por parte do autor, da história do cinema português. Como será explicado mais detalhadamente no capítulo → II: Para um conhecimento sobre cinema e cartazes, muitas obras são incompletas por negligenciarem uma das variáveis (design/cinema): as publicações sobre cinema português nunca se debruçaram verdadeiramente sobre a questão do cartaz de cinema (muito menos sobre os seus autores ou o processo criativo, de interesse para a área do design); os estudos feitos na área do design sobre o cartaz, em termos genéricos, abordaram apenas colateralmente o cartaz de cinema; e aqueles feitos especificamente sobre o cartaz de cinema tendem, regra-geral, a "refugiar-se" quase totalmente na história do cinema (e no enredo dos filmes) para apresentar os cartazes, ou a compartimentar ambas as realidades de uma forma que não é viável para uma compreensão encadeada e holística do tema.

Tendo em consideração esta realidade, foi objectivo da presente investigação uma articulação das duas variáveis. Se a formação académica providenciou um maior à-vontade na abordagem realizada pelo ângulo do design, a questão do cinema, e especificamente da história do cinema português (assunto que me era relativamente desconhecido, aquando do início da investigação), foi colmatada com recurso à leitura de várias obras relativas ao tema e à visualização de vários filmes portugueses¹² de várias épocas. Como abordagem metodológica, numa fase ainda muito inicial do projeto ponderou-se a possibilidade de entrevistar um ou mais críticos de cinema com vista à obtenção de listagens de filmes relevantes para a história do

¹² Cerca de cinquenta.

cinema português, de modo a agilizar o processo de seleção de cartazes. Contudo, isso representaria uma subversão do design ao cinema quando, na verdade, ele é a bússola que norteia todo o processo de investigação. Sustentar uma pesquisa em design tendo por base seleções realizadas somente por quem entende de cinema representaria um risco, na medida em que cartazes potencialmente interessantes poderiam ser eliminados à partida, pelo facto de os filmes que anunciavam não terem sido particularmente marcantes para a cinematografia nacional. No sentido inverso, filmes icónicos mas com cartazes menos capazes de comunicar esse "carisma" poderiam ser incluídos nas listagens.

Deste modo optou por realizar-se na 1ª pessoa a seleção dos cartazes e dos filmes a apresentar nesta investigação, tendo por base a mediação executada entre design e cinema. Esta é uma selecção pessoal e subjetiva, passível de ser discutida e contrariada, tanto por conhecedores da área do cinema como do design. Contudo, não existindo uma fórmula exata ou um método infalível que pudessem ser adotados, procurou conduzir-se a investigação através de critérios científicos que validassem o respectivo trabalho.

1.3.2. Seleção e recolha de cartazes

Os cartazes presentes nesta investigação são provenientes de oito **fontes**: o arquivo de cartazes doados pelo colecionador Madeira Luís à Universidade de Aveiro; o espólio iconográfico da Biblioteca Nacional de Portugal; a coleção digital da Cinemateca Portuguesa; a coleção digital da designer Judite Cília; a coleção digital da designer Joana Linda; a agência *Ideias com Peso*; o livro "Cinema em Portugal: Os Primeiros Anos" (CNCCR, 2011); e a World Wide Web. *On-line* é possível encontrar inúmeros cartazes de cinema português, não com uma resolução que permita uma análise completa de todo o seu conteúdo¹³, mas, ainda assim, possibilitando a compreensão dos conteúdos de maior destaque¹⁴. A dispersão de cartazes através de vários *sites* obriga a uma pesquisa de imagens feita sempre pelo título do filme e, depois, a comparação dos resultados obtidos pelo motor de busca, tendo em vista a selecção da imagem com a melhor qualidade possível.

¹³ O bloco de créditos do filme, a identificação da casa impressora, da tiragem, e mesmo do autor do cartaz, quando este é assinado, são, por vezes, imperceptíveis.

¹⁴ Imagética, título do filme, nomes do realizador e atores principais e *tagline*.

¹⁵ Na Cinemateca Portuguesa, por exemplo, o preço de cada digitalização para estudantes, para projetos académicos e não-comerciais, é, por cartaz, de 2€50 (72 dpi) ou 5€00 (300 dpi). Na BNP cartazes já digitalizados custam 0€40, mas existem em número muito diminuto, e solicitar a digitalização de um cartaz pode ir de 2€50 (até tamanhos A2) até um preço não especificado ou "sob consulta" (situação verificada para a maioria dos cartazes, por possuírem dimensões superiores ao A2).

¹⁶ No Arquivo da UA em primeiro lugar os cartazes são digitalizados e posteriormente catalogados, enquanto na BNP a catalogação precede a digitalização.

Já o acesso aos exemplares físicos dos cartazes, bem como a obtenção das suas versões digitais, em elevada resolução, revelou-se um processo algo complexo, dificultado por alguma burocracia imposta pelas instituições que possuem estes cartazes. Se, na UA, a consulta dos exemplares do arquivo de Madeira Luís pôde ser realizada com relativa facilidade (não obstante o preenchimento de um formulário de autorização) e sem encargos financeiros, na BNP e na Cinemateca Portuguesa as digitalizações são pagas por cada cartaz¹⁵. É transversal aos três acervos o facto de ainda possuírem muitos cartazes por digitalizar e catalogar¹⁶. Apenas é possível obter com relativa rapidez as digitalizações já existentes. Quando não existem, o tempo de espera é maior e os custos mais dispendiosos.

tabela 1. Proveniência da amostra de cartazes.

proveniência dos cartazes	consultados	selecionados	%
arquivo da UA	46	17	13,08%
arquivo da Cinemateca	≈ 70	13	10%
arquivo da BNP	3	6	4,62%
agência <i>Ideias com Peso</i>	2	2	1,54%
arquivo digital de Judite Cília	35	10	7,69%
arquivo digital de Joana Linda	13	5	3,85%
world wide web	≈ 280	76	58,46%
livro <i>Cinema em Portugal: Os Primeiros Anos</i>	8	1	0,77%
totais	≈ 450	130	100%

O Arquivo da UA, pela proximidade e acesso facilitado, constituiu o primeiro local de consulta *in loco* de cartazes. Solicitaram-se os exemplares físicos de todos os cartazes de filmes portugueses que se encontravam já catalogados e digitalizados (e que estão disponíveis para consulta digital via SInBAD, embora com uma qualidade inferior, otimizada para *web*), quarenta e seis ao todo. Na BNP existem muitos cartazes coincidentes com os da UA, algo que se deve ao facto dos espólios terem sido ambos doados, em grande parte, pelo colecionador Madeira Luís, que cedeu cartazes de diversas temáticas, entre as quais se incluem os de cinema. Foram consultados os cartazes que não eram repetidos face à amostra visualizada em Aveiro, e solicitadas as digitalizações dos cartazes de *Camões* (1946), *Amor de Perdição* (1943) e *O Pai Tirano* (1941). Já na Cinemateca Portuguesa o acesso aos exemplares físicos é dificultado pelo facto de estes não se encontrarem no edifício-sede, na Rua Barata Salgueiro, em Lisboa, mas sim no ANIM - Arquivo Nacional das Imagens em Movimento¹⁷. No edifício-sede, através de circuito interno,

¹⁷ O ANIM é o centro de conservação da Cinemateca Portuguesa, encontrando-se sob a sua alçada administrativa. Localizado em Bucelas, foi inaugurado a 6 de Outubro de 1996, e tem como missão a recolha, catalogação, restauração e preservação da cinematografia nacional (PORTUGAL, Cinemateca Portuguesa, 2013).

foram visualizadas dezenas de cartazes, em formato digital, e solicitadas treze digitalizações. Da agência *Ideias com Peso* vieram os cartazes de *Morrer Como um Homem* (2009) e *A Última Vez que Vi Macau* (2012). Judite Cília e Joana Linda facultaram as digitalizações dos respectivos cartazes de que são autoras. Do livro "Cinema em Portugal: Os Primeiros Anos" (CNCCR, 2011) foi extraído o cartaz do filme *Claudia* (1923). Os restantes foram encontrados *on-line*, dispersos através de diversos *sites*, que se encontram discriminados no final da componente prática do projeto.

Relativamente aos **critérios de seleção**, a presente investigação contempla somente cartazes de filmes portugueses. Cartazes de festivais, ciclos, mostras e outros eventos relacionados com cinema não foram incluídos, constituindo assim margem para futuras investigações, referenciadas no sub-capítulo

→ 4.2. Novas rotas de investigação. A exclusão desta parcela de cartazes não representa desconsideração pelos mesmos, sendo apenas uma condicionante imposta à investigação quando, a determinado momento, se encontrava já demasiado dispersa, tendo sido necessário definir claramente quais os cartazes que se conseguiriam abordar.

¹⁸ Não existe uma norma internacional que distinga as curtas das longas metragens. A Academia de Artes e Ciências Cinematográficas (EUA), define curta-metragem como "um filme original com duração igual ou inferior a 40 minutos, com créditos incluídos". (ESTADOS UNIDOS, Oscars - Página Oficial, 2014).

Privilegiaram-se cartazes de longas metragens¹⁸, a maior parte delas ficções, existindo, no entanto, alguns documentários. Também existem cartazes de curtas metragens, mas em número mais reduzido, tendo em conta que, regra geral, são as longas metragens que acabam por representar marcos mais significativos para a cinematografia de qualquer país. Os cartazes selecionados foram aqueles que se consideraram mais representativos de uma realidade estética (década a década) e icónicos, face à amostra de cartazes existente, fruto da experiência e perceção cultivadas ao longo desta investigação, decorrente do contacto com largas dezenas de cartazes de cinema português, e do próprio *background* académico e pessoal do autor. Não se pretende, de forma alguma, ocultar o carácter subjetivo desta seleção e, conforme referido, esta é apenas *uma* história do cartaz de cinema português e não *a* história do cartaz de cinema português.

O cartaz que inaugura esta selecção data de 1919 e é o do filme *Rosa do Adro*. Acredita-se que existam cartazes que o precedem em termos cronológicos, nos primeiros anos do século XX ou até mesmo no final do século XIX, contudo não foi possível realizar o levantamento dos mesmos. O último data de 2013, e pertence ao

filme *É o Amor*, de João Canijo. Embora o ano de lançamento do filme *Tabu*, de Miguel Gomes, sirva de baliza temporal à presente investigação (e este seja o cartaz com que se encerra o projeto editorial), entendeu-se que seria pertinente abrir uma exceção para incluir o cartaz do mais recente filme de Canijo, uma vez que, no projeto editorial, existe uma dupla página que contempla os cartazes dos filmes deste realizador, lançados desde o ano 2000 até ao presente. A amostra consiste, assim, num total de 130 cartazes, que se distribuem ao longo das décadas conforme a tabela abaixo indica:

década	nº cartazes selecionados	%
10 (1912 - 1919)	1	0,77%
20	4	3,08%
30	9	6,92%
40	17	13,08%
50	8	6,15%
60	13	10%
70	17	13,08%
80	20	15,38%
90	10	7,69%
século XXI (até 2013)	31	23,85%
totais	130	100%

tabela 2. Distribuição da amostra de cartazes por décadas.

O facto de existir um número muito reduzido de cartazes nas primeiras décadas invalidou, logo à partida, uma amostra quantitativa que fosse igualitária em todas as décadas, algo que, de resto, também seria arbitrário, tendo em vista que a produção cinematográfica não se distribuiu de forma homogénea ao longo destes cem anos. Contudo, tentar auferir o número aproximado de filmes lançados por cada década e adequar essa proporção ao número de cartazes selecionados seria uma tarefa complexa¹⁹ e que, uma vez mais, estaria a subverter a seleção em prol do cinema e a condicionar a própria investigação. Neste sentido, optou-se por deixar que as principais bases de dados consultadas ditassem a distribuição do número de cartazes.

Sempre que possível procurou obter-se a versão digital em alta resolução dos cartazes para assegurar a sua reprodução sem que a qualidade fosse comprometida tendo em consideração a parte prática do projeto de investigação. Não tendo sido sempre possível, tentou-se que a reprodução do cartaz

¹⁹ Por não existirem bases de dados com esses dados facilmente acessíveis.

viabilizasse a compreensão formal, nomeadamente os principais elementos (imagem, título do filme, nome do realizador, actores principais) e a sua organização no espaço da folha. No decorrer da componente prática, para alguns cartazes considerados particularmente relevantes para a compreensão de uma realidade estética (em termos cronológicos e/ou autorais), procedeu-se a uma análise mais estruturada, sob o ponto de vista do design, onde questões como a composição, o uso da cor, a tipografia utilizada, a proveniência da imagética, a ligação estabelecida com o filme e o conceito, em termos gerais, são abordadas de uma forma mais específica.

1.3.3. Entrevistas

Para uma melhor compreensão da realidade cartazista, na área do cinema, existente em Portugal atualmente e ao longo das últimas décadas, tornou-se fundamental entrevistar alguns designers que pudessem fornecer um ponto de vista legítimo e assertivo acerca da mesma.

²⁰ Entrevistados e entrevistas encontram-se apresentadas pela ordem cronológica em que estas foram realizadas, durante o mês de Outubro de 2014: Henrique Cayatte, dia 15; Luís Alegre, dia 27; Judite Cília, dia 29; e Joana Linda, dia 30.

²¹ Cayatte identifica como sendo de sua autoria cartazes de dois filmes de Luís Filipe Rocha, *Amor e Dedinhos de Pé* (1992) e *Sinais de Fogo* (1995), dois de filmes de Manoel de Oliveira, *A Divina Comédia* (1991) e *O Dia do Desespero* (1992), e ainda o cartaz para uma edição do Festróia.

Neste sentido foi possível entrevistar²⁰: o designer e docente **Henrique Cayatte** (1957 -), que apesar de não ter produzido muitos cartazes para a área do cinema²¹ é, indubitavelmente, um dos mais conceituados designers portugueses e uma pessoa com um vasto conhecimento na área do cinema português, não só dos filmes, mas também do meio e dos seus profissionais; a designer **Judite Cília** (1946 -), nome incontornável do design gráfico português entre os anos nos anos 70 e 90, não só produziu vários cartazes de cinema, como também esteve intrinsecamente ligada a esta área ao produzir inúmeros arranjos gráficos para cartazes, brochuras, livros e catálogos para a Cinemateca Portuguesa e o Instituto Português de Cinema, tendo sido ainda a responsável pelo *stand* português no Festival de Cannes (nos anos de 1981, 1982 e 1983), e comissária de uma exposição sobre cinema português no Centro Georges Pompidou, em Paris (1982); o designer e director criativo da agência de comunicação lisboeta *Ideias com Peso*, **Luís Alegre** (1969 -), que há cinco anos trabalha com o realizador João Pedro Rodrigues e o seu



figura 2. Henrique Cayatte (PORTUGAL, Infopédia, 2014).



figura 3. Luís Alegre. CDIR.

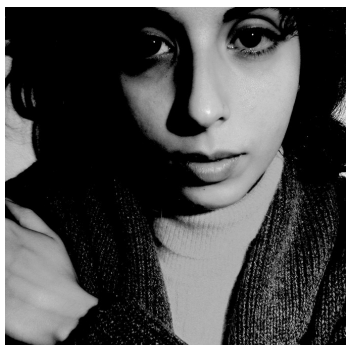


figura 4. Joana Linda (PORTUGAL, Página oficial de Joana Linda, 2014).

colaborador João Rui Guerra da Mata, na conceção dos cartazes para os filmes de ambos; e, finalmente, **Joana Linda** (1980 -): fotógrafa, realizadora, encenadora e também designer de vários cartazes, dos quais se destacam os das duas curtas de João Salaviza, *Cerro Negro* (2012) e *Rafa* (2012).

Todos os entrevistados são portugueses e profissionais ligados à área do design que já desenvolveram cartazes de cinema para filmes nacionais. Também têm laços de amizade, e até mesmo familiares, com pessoas ligadas ao cinema português, sendo conhecedores da sua história e realidade. Inevitavelmente são, até certo ponto, cinéfilos e pessoas com um grau de conhecimento relativamente ao cinema superior ao que se poderá considerar "normal" para um profissional da área do design. Dois deles, Cayatte e Alegre, exercem ou já exerceram carreira como docentes universitários, em cursos de design de instituições nacionais de ensino superior, atributo que viabiliza um entendimento coadornado com abordagem metodológica desta investigação, que busca uma exploração e compreensão do processo de design no contexto do cartaz de cinema, e uma adequação das suas respostas à compreensão desta realidade.

As quatro entrevistas, realizadas ao longo da última quinzena de Outubro de 2014, foram efetuadas de acordo com um modelo semi-estruturado, que se traduziu em conversas norteadas por algumas questões-chave, despoletadoras de assuntos, tais como a forma como projeto chegava ao designer, qual o seu processo criativo, qual o *input* de pessoas exteriores, quais as tecnologias preferenciais, entre outras.

Três delas foram gravadas em registo áudio. A de Henrique Cayatte, realizada a 15 de Outubro de 2015, na sala de aulas do mestrado em design da Universidade de Aveiro teve a duração de aproximadamente quarenta minutos (Ramos, 2014). Luís Alegre, diretor criativo da *Ideias com Peso*, permitiu que o encontro ocorresse nas instalações da agência, em Lisboa, a 27 de Outubro, tendo a sua entrevista a duração de trinta e sete minutos (Ramos, 2014a). Já Joana Linda, só pôde disponibilizar cerca de catorze minutos no período de tempo que antecedeu um dos últimos ensaios da peça que se encontrava a encenar no Clube Recreativo dos Anjos (Lisboa), *Romeu e Julieta*, a 30 de Outubro (Ramos, 2014b). Apenas Judite Cília pediu que o seu testemunho não fosse gravado, embora a entrevista, que teve lugar na residência particular da designer, em Lisboa, tenha sido

a de maior duração (mais de três horas), e abarcado não só a sua produção cartazista, mas também outros trabalhos ao nível do design gráfico.

Conjeturou-se que as duplas Henrique Cayatte/Judite Cília e Luís Alegre/Joana Linda, pudessem oferecer perspetivas algo distintas, visto que pertencem a duas gerações diferentes: os primeiros com uma produção de cartazes de cinema que se concentra essencialmente antes do ano 2000, e os segundos com cartazes realizados já maioritariamente no século XXI.

O conteúdo destas entrevistas encontra-se analisado de uma forma mais aprofundada no sub-capítulo → 3.1. Conversas à volta do cartaz de cinema português.

1.3.4. Componente prática

Procurando dar resposta ao modelo educativo que serve de estrutura ao desenvolvimento das dissertações de mestrado em design na UA, e que privilegia o desenvolvimento de um projeto de investigação em design sustentado numa componente teórica e materializado numa componente prática, em linha com a perspetiva defendida por Clive Dilnot²², cedo se colocou a questão relativamente ao veículo de comunicação que permitiria a apresentação da informação recolhida durante a investigação.

A sua mera inclusão no corpo principal do documento da dissertação, seguindo o *layout* institucional previsto, condicionava o projeto de design, na sua componente prática. Procuraram-se, então, alternativas a esta solução.

A primeira hipótese, considerada durante os primeiros meses de desenvolvimento do projeto²³, consistia no desenho de uma exposição dedicada ao tema. Constatou-se, no entanto, que não seria viável desenvolver um projecto na área da museografia, visto que a inexistência de uma encomenda ou *brief* específicos obrigaria à idealização de todo um cenário apenas conjectural: ao nível do local, logística, duração da exposição, orçamento disponível, recursos e artefactos disponíveis para expôr, entre outros. Não se encetou uma procura de instituições que acolhessem o projeto, ou de mecenas que o patrocinassem,

²² "But in the light of where we are in the world today, a preliminary understanding on the ethical and political position of doing work in design, whether as history or practice (and these two things should not be separated) is essential" (Dilnot, 2014, p. 57).

²³ No decorrer da unidade curricular de Projeto I, no primeiro semestre de 2013, onde os docentes apelavam a um desenvolvimento das componentes teórica e prática do projeto de investigação.

devido à noção de que uma exposição com os contornos da que se ambicionava desenvolver, teria de envolver outras entidades, tanto da área do design, como do cinema, da história e das ciências sociais, mais acreditadas para o efeito, em termos de reconhecimento e *background* académico, que conferissem à exposição a legitimidade necessária. As diligências desta coordenação de pessoas e meios extrapolariam, assim, as dimensões e prazos previstos para uma dissertação de mestrado.

Com o aprofundar do estudo do estado da arte, evidenciou-se como a comunicação das narrativas sobre cartazes de cinema e as mostras destes artefactos se declinam, sistematicamente, num formato impresso, como meio de conformar um registo mais estruturado e perene. As exposições, ainda que se realizem pontualmente, em diversos museus e galerias dispersas pelo mundo inteiro, não se encontram disponíveis para um *tour* digital, nem os catálogos (quando existem) para consulta ou aquisição. Os depósitos *on-line*²⁴ de cartazes, ainda que procurem identificar os designers ou agências responsáveis pela sua autoria e possibilitar a aquisição dos mesmos, não facultam informações relativamente ao processo criativo, ao filme ou aos seus contextos. Os livros, sendo relativamente fáceis de encontrar e adquirir, representam, ainda, um suporte privilegiado por quem procura informar-se relativamente ao tema, sistematizando em algumas dezenas de páginas muita da informação visual, artigos e entrevistas que se encontram dispersos através da World Wide Web, embora não valorizando a disciplina de design como interlocutor de conteúdos.

Com base nestas constatações, a componente prática do projeto transitou de uma exposição para um projeto editorial, inicialmente pensado como um livro, evoluindo posteriormente para uma revista, de número único. Considerou-se que, em resposta à questão colocada no sub-capítulo → 1.2. Problemática e objetivos (página 09), este seria o melhor suporte de comunicação para a apresentação dos cartazes e a(s) sua(s) história(s).

Em linha com a nova orientação do projeto, procurou observar-se, no decorrer do estado da arte, a dimensão editorial das próprias publicações, comentando, assim, não só os seus conteúdos e o contributo que representam para um entendimento da temática, mas também as suas linguagens gráficas e comunicação ao nível formal. Como complemento a esta análise foi ainda apresentado no subcapítulo → 1.4. Exemplos de visualidade no design

²⁴ Alguns dos mais abrangentes são:
Impawards: <www.impawards.com>.
Posterati: <www.posteritati.com>.
Movie Poster Database:
<www.movieposterdb.com>
Movieposter.com: <<https://eu.movieposter.com>>.

editorial, um breve conjunto de casos de estudo que, embora distantes do contexto do cartaz de cinema, são simbólicos de uma abordagem mais disruptiva ao nível do design editorial, por oposição aos modelos mais *standardizados* que eventualmente se reconheceram nas publicações dedicadas àquele assunto, disponíveis no mercado.

No sub-capítulo → 3.3 Projeto editorial: *100 anos de design no cartaz de cinema português: 1912 - 2012* o projeto editorial será apresentado em detalhe, possibilitando uma compreensão do processo de desenho e execução do mesmo, da sua organização interna, dos conteúdos e da maneira como são comunicados com vista à criação de uma narrativa lógica.

1.4. Comunicações sobre o projeto de investigação

Paralelamente ao desenvolvimento da presente investigação surgiram algumas oportunidades de a poder partilhar em contexto académico, permitindo uma troca de ideias com vários intervenientes que contribuíram para um enriquecimento da mesma.



figura 5. Clive Dilnot (ESTADOS UNIDOS, Página oficial da Parsons, 2014).

A 18 de Dezembro 2013, por ocasião da visita de **Clive Dilnot**²⁵ à Universidade de Aveiro, foi realizada uma apresentação oral acerca do projecto de dissertação. Com uma duração aproximada de dez minutos, traçou-se um panorama relativamente à listagem e organização das obras que estavam a ser consideradas para a redação do estado da arte, seguido de uma mostra de cartazes de cinema português, organizados segundo diversos critérios (cronológico, por designer, por género de filme, por colaboração designer+realizador), sendo inclusivé analisado, brevemente, o cartaz do filme *Crónica dos Bons Malandros* (da autoria do designer José Brandão, 1984) de forma a demonstrar um quadro de intenções para a componente prática do projeto, que, na altura, se apresentava ainda pouco desenvolvida. Não obstante o facto de, aquando da apresentação, a investigação ainda se encontrar numa fase embrionária o *input* que Dilnot ofereceu foi valioso e levado em séria consideração. Em resposta a uma pergunta colocada relativamente ao processo de seleção de

²⁵ Clive Dilnot é professor na Parsons - The New School for Design, em Nova Iorque. Já lecionou no Reino Unido, Hong Kong e Austrália e visita universidades do mundo (entre as quais a Universidade de Aveiro) onde dá palestras e participa em conferências como orador. Embora a sua área de estudos principal seja a de teoria, história, ética e crítica de design, também escreve e ensina numa diversidade de campos, tais como a fotografia, artes decorativas, museologia, arquitetura, economia e sociologia (ESTADOS UNIDOS, Parsons, 2014).

cartazes enfatizou a questão da confiança [no decorrer deste projeto] no próprio instinto pessoal, enquanto designer, mas também enquanto pessoa que “mergulhou” nesta temática e se familiarizou com estes cartazes; reforçou que o número de cartazes sob o quais se poderiam tecer considerações mais particularizadas e pormenorizadas, ao nível do projeto de design, não deveria ser extenso, tendo em conta o período temporal abrangido e o extenso número de cartazes selecionados; aflorou, ainda, possibilidades futuras para a partilha do conhecimento gerado por esta investigação (que serão abordadas no capítulo → IV. Conclusão). Além da honra de poder apresentar este projeto a uma personalidade tão culta no campo da história do design, viu-se reconhecida a pertinência da investigação através de uma crítica pautada pela cordialidade.



figura 6. Poster apresentado na conferência ICDHS 2014, em co-autoria com Helena Barbosa. CDIR.

No contexto desta investigação foi, também, redigido um *poster*, em co-autoria com Helena Barbosa, tendo sido submetido e posteriormente aprovado para apresentação na nona edição do ICDHS - **International Committee Design History and Design Studies**, que teve lugar de 8 a 11 de Julho de 2014, na Universidade de Aveiro. Com um título homónimo ao da presente dissertação, este documento expunha, em aproximadamente mil palavras, o projeto nas suas linhas e objectivos estruturais, apresentando uma panorâmica relativamente à história do cartaz de cinema português e ao estado da arte do mesmo. (Ramos; Barbosa, 2014, p. 34-35). Encetou-se uma (sucinta) explicação relativamente ao estado da arte e à carência verificada ao nível de uma abordagem global à história do cartaz de cinema português e do papel do design na construção da mesma; foi exposta e justificada a baliza temporal adotada para a investigação; e ainda revelado um plano de ação para as etapas seguintes do processo. A escolha da imagem para o *poster*, que deveria obedecer a um *template* previamente disponibilizado pela organização da conferência, consiste na verdade em dez cartazes, pertencendo um a cada década (desde o segundo decénio do século XX, até ao segundo decénio do século XXI). Entendeu-se que esta seria a melhor forma de ilustrar a investigação na sua essência, tendo em conta que os dez cartazes convidavam de imediato a comparações entre eles, e à procura de transformações verificadas ao longo das décadas. Esta exposição, no decorrer da conferência, permitiu a interação com outros participantes e uma troca de ideias frutífera relativamente a este tema, tendo sido notório o interesse por parte de algumas pessoas em “reencontrar” o projeto após a sua conclusão.

No dia 8 de Outubro de 2014, no seguimento de um convite realizado pela professora Helena Barbosa, surgiu a oportunidade de visitar a aula de **Seminários em Design**, lecionada no primeiro semestre do primeiro ano do mestrado em design da Universidade de Aveiro, para uma exposição oral acerca da presente dissertação. Esta seguiu-se à apresentação do doutoramento de Helena Barbosa, acerca da história do cartaz português, representando um dos possíveis caminhos a serem percorridos na exploração da história daquele artefacto, neste caso focado exclusivamente no cartaz de cinema. A apresentação realizada à turma focou-se essencialmente na motivação pessoal por detrás da escolha deste tema, na transição do ciclo de estudos da licenciatura para o mestrado, e no → Capítulo II. Para um conhecimento sobre cinema e design, oferecendo ainda uma antevisão do que viria a ser o projeto editorial, acompanhada de uma breve seleção de alguns cartazes de cinema.

1.5. Estrutura do documento

O presente documento está organizado em quatro capítulos principais: **I. Introdução**; **II. Para um conhecimento sobre cinema e cartazes de cinema**, apresenta um estudo do estado da arte relativo ao tema, constituindo a componente teórica; **III. 100 anos de design no cartaz de cinema português: 1912-2012**, correspondente à componente prática do projeto de investigação; e **IV. Conclusão**. Apresenta-se, em último lugar, a **Bibliografia**. Os capítulos foram, por sua vez, divididos em sub-capítulos, com vista à criação de uma sequência narrativa encadeada e capaz de comunicar, de maneira coerente e organizada, todo o processo.

A **I. Introdução**, expõe, num primeiro momento, a motivação pessoal bem como a problemática que estiveram na génese do projeto de investigação. Depois de definido o problema (a inexistência de um estudo global acerca da evolução do cartaz de cinema português, feito através do design), é apresentada a abordagem metodológica que se seguiu com o objetivo de lhe dar resposta, desdobrando-se numa reflexão acerca da dicotomia design/cinema, seguida da explicação do processo de recolha e selecção de cartazes, da apresentação dos designers entrevistados e o do que motivou essas entrevistas, e ainda a justificação relativamente à materialização da componente prática da investigação num projeto editorial (revista). Este capítulo

termina com o registo das comunicações sobre o projeto de investigação realizadas em diferentes momentos na Universidade de Aveiro, fruto das circunstâncias que proporcionaram essas acções.

II. Para um conhecimento sobre cinema e cartazes constitui o estado da arte relativamente à temática abordada. Entendeu-se que seria lógica a sua divisão em duas componentes, introduzidas por uma contextualização inicial. A Parte I debruça-se sobre a realidade portuguesa, procurando perceber que contributos existem, do campo do cinema e do design, relativamente ao cartaz de cinema português. Já a Parte II constitui quase um prelúdio do capítulo seguinte, ao apresentar a realidade internacional relativamente a publicações que exploram este tema e, posteriormente, cinco exemplos de visualidade no design editorial, que representam um quadro de inspirações e, até certo ponto, intenções, sobre como seria possível dinamizar, ao nível gráfico e editorial, a história que se pretende contar.

O capítulo **III. 100 anos de design no cartaz de cinema português: 1912 - 2012** desdobra-se em três momentos: o primeiro é fruto das entrevistas realizadas aos designers Henrique Cayatte, Judite Cília, Luís Alegre e Joana Linda, que permitiram uma compreensão acerca da evolução do cartaz de cinema português, e da própria experiência de ir ao cinema, bem como um *insight* relativamente ao panorama actual do mesmo. O o segundo sub-capítulo decorre, precisamente, da entrevista realizada a Henrique Cayatte e de uma conversa informal, *off the record*, com o professor e designer João Nunes, sendo que ambos trouxeram a esta investigação uma perspetiva mais abrangente, manifestada nas declinações do próprio cartaz de cinema e na forma como estas, até certo ponto, o complementavam ou dele derivavam, há algumas décadas atrás. Consequentemente, para além de um olhar sobre o passado, também o presente e o futuro dessas declinações são objeto de reflexão. Por último é apresentado o projecto editorial *100 anos de design no cartaz de cinema português: 1912 - 2012* e explicada a sua construção em termos de conteúdos e ao nível do design editorial.

O quarto e último capítulo, **IV. Conclusão**, divide-se entre um balanço global acerca das relações que podem ser retiradas do projecto de investigação e das respostas encontradas para as questões levantadas na Introdução, e ainda o apontar de possíveis novas rotas de investigação que visem aprofundar e complementar o estudo aqui iniciado, antevendo sucintamente quais poderiam ser as próximas etapas relativamente a esta investigação, no próximo ciclo de estudos.

II. Para um conhecimento sobre cinema e cartazes

2.1. Contextualização

Para uma análise do estado da arte dedicado ao cartaz de cinema português entendeu-se que seria lógico a divisão dos documentos consultados em duas partes.

A **Parte I** oferece uma panorâmica relativamente à realidade nacional ao abordar **documentos sobre cinema português e documentos sobre o cartaz de cinema português**, enumerando algumas das investigações realizadas ao nível do design gráfico e do cartaz, mas focando-se nas que abordam diretamente o cartaz de cinema, as únicas alvo de uma análise mais profunda, visto estarem intrinsecamente ligadas ao tema que a presente investigação aborda.

Já a **Parte II** procura olhar para além da realidade portuguesa, procurando em **documentos internacionais sobre cartaz de cinema** abordagens relativas à apresentação de cartazes da sétima arte, em termos de narrativa visual e histórica. Finalmente são apresentados **exemplos de visualidade no design editorial**, que funcionaram como referências/guias de como se poderia dinamizar o projeto editorial da presente investigação. As publicações apresentadas nesta reta-final do estado da arte servem como “ponte de contacto” entre o que existe (fora da área do cinema e do cartaz de cinema) e a componente prática do presente projeto, que a elas foi beber inspiração. Os recursos

empregues ao nível do design editorial fazem destes exemplos “bons exemplos” no que toca a uma mediação entre o conteúdo e a forma/suporte em que ele é comunicado.

A **dimensão editorial** das publicações (capa, *layout*, acabamentos de impressão) foi também levada em atenção e analisada, de maneira a aferir quais as características recorrentes nas obras onde os cartazes de cinema aparecem reproduzidos. Esta análise dos suportes físicos foi pertinente uma vez que se declina na componente prática do projeto, concretizada num suporte editorial que comunica a informação recolhida acerca da evolução do cartaz de cinema em Portugal, ao longo do último século. A abordagem e análise dessas publicações consistiu na apresentação da imagem de capa e de páginas do miolo, de maneira a exemplificar visualmente como são as mesmas e a diversidade, ou falta dela, encontrada. O critério para a seleção das obras e a sua análise prendeu-se com a importância que representaram no contexto do atual projeto, de acordo com a experiência e percepção adquiridas durante o processo de investigação. Neste sentido, as publicações mais recentes, por abarcarem um período temporal mais lato e apresentarem uma abordagem mais global da história do cinema português e do cartaz de cinema (nacional e internacional), foram, regra geral, alvo de um estudo mais aprofundado. Sendo as publicações mais recentes, são também as que se encontram mais acessíveis ao grande público, sendo ainda relativamente fácil a sua aquisição em livrarias físicas ou *on-line*.

A experiência e percepção próprias ditaram, também, a maior ou menor minúcia na análise das publicações. Isto fez com que uma obra mais extensa possa ter sido resumida de forma mais sucinta, e outra, mais curta, mas com uma abordagem ou conteúdos que ao autor pareceram mais pertinentes, tenha sido alvo de uma análise mais demorada e detalhada. Não sendo possível analisar todas as obras encontradas procurou-se, pelo menos, referenciá-las aquando da conclusão de cada sub-capítulo, de forma a complementar a informação apresentada, bem como as respectivas referências bibliográficas.

Ao nível do cartaz de cinema poder-se-ia redigir um estado da arte vastíssimo. O critério para uma mostra de cartazes ou uma investigação na área do cartaz de cinema, onde o projeto de design poderá ser abordado de uma forma mais aprofundada

ou superficial, assenta, geralmente, num determinado período cronológico, num género de filmes, num país, num realizador, num movimento cinematográfico, num designer particularmente prolífico. No que diz respeito à realidade portuguesa, procurou perceber-se se as publicações existentes na área do cinema e na área do design conseguem documentar a história deste artefacto e a sua evolução ao longo das décadas.

Parte I

2.2. Documentos sobre cinema português

²⁶ “É possível observar que o maior interesse pelo cinema e pelo audiovisual português a nível académico nacional, no contexto geral do crescimento do número de cursos de Ciências da Comunicação, Estudos Artísticos e de Som e Imagem, já se solidificou. O incremento de pesquisas que ocorria sobretudo através de dissertações de mestrado e doutoramento por meio de temas mais específicos, como, por exemplo, a adaptação literária, ou épocas ou movimentos específicos como o dos Cineclubes, o cinema colonial ou o Cinema Novo, está a render cada vez mais publicações em forma de livro” (FERREIRA, 2014, p. 9).

Nos últimos anos têm sido várias as publicações sobre cinema português que têm chegado às prateleiras das livrarias nacionais. Tanto no circuito comercial como no meio académico existe a consciência de que a história do cinema português e dos seus protagonistas necessita ser contada²⁶. Para isto contribuem dois factores essenciais.

Em primeiro lugar, a ainda relativa escassez de trabalhos de investigação e documentação da história do cinema português, uma área que apenas começou a ser “desbravada” no início da década de 80. Na nota prévia do “Dicionário do Cinema Português Volume I: 1962-1988” (1989), Jorge Leitão Ramos afirma que:

“(…) Foi então [quando adolescente] que descobri que, sobre cinema português, não havia qualquer obra de referência, parcelar ou total. (...) Frisei, no início, que o deserto informativo sobre o cinema português (quando não a confusão labiríntica e contraditória de referências) era a norma. Felizmente, nos últimos anos, o deserto tem começado a ser desbravado. Sobretudo nesta década [de 80], o trabalho (quase) solitário de José de Matos-Cruz na Cinemateca Portuguesa tem permitido ir começando a pôr a casa em ordem e tornando viável, num futuro não demasiado longo, a hipótese de uma História do Cinema Português (...)” (Ramos, 1989, p. 11-14).

²⁷ O **Instituto Português do Cinema e do Audiovisual** é um organismo público, fundado em 1971 pelo governo de Marcelo Caetano (na altura designado de Instituto Português do Cinema, tendo desde então tido diversas designações), que tem como missão fomentar e desenvolver (através de apoios financeiros) as atividades cinematográficas e audiovisuais, contribuindo para a diversidade cultural e a qualidade nestes domínios, para uma circulação nacional e internacional alargada das obras, e para a vitalidade das referidas atividades enquanto indústria cultural. (PORTUGAL, Instituto Português do Cinema e Audiovisual, 2014).

²⁸ A **Cinemateca Portuguesa - Museu do Cinema** foi fundada em 1948, pelo então Secretariado Nacional de Informação, e é o organismo, tutelado pelo Secretário de Estado da Cultura, que tem por missão a preservação e divulgação do património cinematográfico português. Em 1958 deu-se a primeira sessão pública, no Palácio da Foz, e em 1979 o Estado adquiriu a moradia da rua Barata Salgueiro onde actualmente se localiza a Cinemateca. Em 1996 abriu um moderno centro de conservação nos arredores da cidade de Lisboa. Em Janeiro de 2003 foi reaberta com novos espaços (duas salas de cinema, restaurante/bar, livraria, biblioteca e um renovado Museu do Cinema) (PORTUGAL, Cinemateca Portuguesa, 2013).



figura 7. Fachada da Cinemateca Portuguesa - Museu do Cinema, no nº 39 da Rua Barata Salgueiro, em Lisboa (PORTUGAL, Câmara Municipal Lisboa, 2014).

²⁹ Dos diversos artigos encontrados em jornais *on-line*, destacaram-se:

Profissionais unem esforços a outros artistas para combater cortes orçamentais (PORTUGAL, Jornal Destak, 2010).

Cortes na cultura levam a suspender rodagem de Canijo (PORTUGAL, Jornal Público, 2010).

Cortes de 50% ao financiamentos dos projectos cinematográficos! (PORTUGAL, Associação Portuguesa de Realizadores, 2012).

Em segundo lugar, o contexto socioeconómico do país, que, ao longo dos últimos anos, atravessa uma crise financeira que se traduziu em sucessivos cortes nos orçamentos de estado dos governos vigentes ao nível da cultura e, mais especificamente, do Instituto Português do Cinema e do Audiovisual²⁷ e da Cinemateca Portuguesa²⁸ (figura 7.), que colocaram em cheque a produção cinematográfica nacional²⁹, não obstante os prémios que tem vindo a granjear em diversos festivais internacionais de cinema³⁰. Este sentimento de que o cinema português está em risco tem-se repercutido talvez mais no meio artístico e académico do que propriamente na afluência do público às salas de cinema para ver produções nacionais, no entanto ele existe e serviu também de força motora para a presente investigação.

Para além de apresentar o que de mais recente se tem publicado relativamente ao cinema português, este capítulo visa, principalmente, expor de que forma o cartaz de cinema é, ou não, contemplado pelas publicações da área do cinema. Qual o destaque que lhe é dado? Que informações são apresentadas? Até que ponto podem as publicações acerca do cinema português oferecer respostas a quem se interessa por este artefacto que é parte integrante e inegável da sua história? As obras analisadas são, na sua maioria, publicações já do século XXI, da autoria de historiadores, investigadores e críticos de cinema português, com carreiras profissionais muitas vezes associadas ao jornalismo, à docência académica e ao desempenho de funções em organizações culturais ligadas à área do cinema.

O “**Dicionário do Cinema Português**” de Jorge Leitão

Ramos constitui um dos mais notáveis esforços em compilar informação acerca do cinema português (figura 8.). Ao longo de três volumes (que datam de 1989, 2007 e 2012 e cobrem os períodos temporais 1962 – 1988, 1989 – 2003 e 1895 – 1961, respetivamente), o autor oferece uma exaustiva recolha de dados relativamente aos filmes (curtas, médias e, predominantemente, longas-metragens), incluindo detalhadas fichas técnicas, sinopses e críticas da sua autoria.

A organização em entradas ordenadas por ordem alfabética faz com que seja difícil estabelecer uma narrativa encadeada da história do cinema português para quem não a conhece, sendo claramente uma publicação destinada ao leitor que já possui um objeto de pesquisa claro e objetivo (um filme, uma personalidade,

³⁰ Dos diversos artigos encontrados em jornais *on-line*, destacaram-se:

O cinema português nunca existiu tanto com tão pouco (PORTUGAL, Jornal Público, 2010).

Dois prémios para Portugal no Festival de Cinema de Berlim (PORTUGAL, Jornal Expresso, 2012).

Pedro Costa melhor realizador em Locarno (PORTUGAL, Jornal Diário de Notícias, 2014).

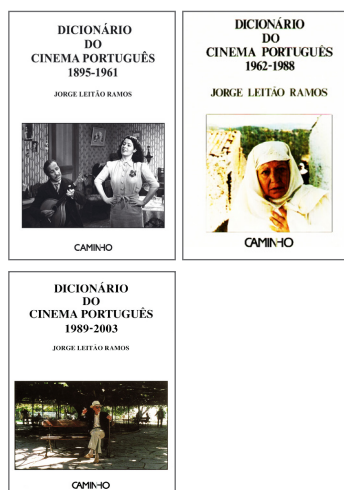


figura 8. Capas dos três volumes de “O Dicionário do Cinema Português”, Jorge Leitão Ramos (1989, 2007, 2012). CDIR.



figura 9. Capa de “A Invenção do Cinema Português”, Tiago Baptista (2008). CDIR.

uma instituição) e necessite de mais informação a respeito do(s) mesmo(s). Pode ler-se na nota prévia do primeiro volume:

“Nas pessoas resolvi incluir os principais realizadores (com longas-metragens no activo), directores de fotografia, cenografistas, compositores musicais, produtores, em suma, todos os que tiveram, nestes últimos vinte e cinco anos, uma contribuição criativa para o cinema português. E os actores, claro, os rostos dos filmes que muito ou pouco ou nada ou mal amamos” (Ramos, 1989, p. 12).

Constatou-se, assim, que no leque de pessoas que tiveram “uma contribuição criativa para o cinema português” não é feita uma referência aos artistas/designers que trabalharam no desenho dos cartazes de cinema, facto que reitera a pertinência da presente investigação.

O formato aproxima-se de um A5+. As capas-duras são brancas e possuem as três um *frame* de um filme português. Já no miolo as imagens são a preto e branco, de dimensões reduzidas, e as folhas de baixa gramagem.

Uma das mais recentes obras dedicadas ao cinema português, “**A Invenção do Cinema Português**” (2008) de Tiago Baptista (figura 9.), apresenta uma abordagem pautada pela identificação de um conjunto de filmes-chave, através dos quais se consegue auscultar a evolução do cinema feito em Portugal.

Em termos estruturais o livro divide-se em quatro partes, seguindo uma lógica idêntica para todas que consiste na apresentação de um retrato à época do panorama do cinema português, bem como dos contextos culturais e socioeconómicos necessários à compreensão do mesmo. Posteriormente é apresentada uma seleção de aproximadamente uma dezena de filmes, através de um texto expositivo para cada um dos filmes. Estas partes acabam por ser, maioritariamente, uma exposição informativa da premissa/enredo do filme, acompanhada por alguma informação adicional relativamente ao seu processo de filmagem/produção/divulgação, ao percurso profissional do realizador e/ou dos actores, à história da companhia produtora, à receção por parte do público e/ou da crítica, e uma variedade de outros factos com que o autor complementa o seu discurso. Apesar de os conteúdos serem essencialmente descritivos, verificou-se que ocasionalmente se imprimiu também um cunho mais pessoal e opinativo nesse mesmo discurso, anunciando um certo carácter crítico. Além

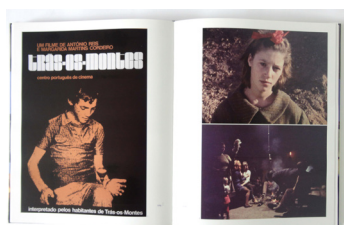


figura 10. Dupla página, com apresentação do cartaz do filme (*Trás-os-Montes*), demonstrativa do layout em “A Invenção do Cinema Português”, Tiago Baptista (2008). CDIR.

do respetivo texto, são também apresentadas, para cada filme, algumas imagens respeitantes à sua divulgação, na generalidade *frames*, cartazes e cartonados. No entanto o número de cartazes é relativamente reduzido. Constatou-se que não é facultada nenhuma informação adicional sobre os cartazes e importa referir que em apenas duas situações foram identificados os autores: Almada Negreiros nos cartazes de *A Canção de Lisboa* (1933), e Eduardo Barata no cartaz de *Brandos Costumes* (1975).



figura 11. Dupla página de introdução de filme (*Trás-os-Montes*), demonstrativa do layout em “A Invenção do Cinema Português”, Tiago Baptista (2008). CDIR.



figura 12. Pormenor da capa de “A Invenção do Cinema Português”, Tiago Baptista (2008). CDIR.

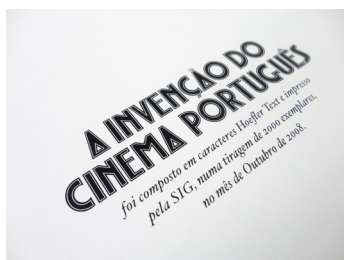


figura 13. Pormenor de “A Invenção do Cinema Português”, Tiago Baptista (2008). CDIR.

Ficou também por apresentar qual o critério específico que conduziu à seleção desta listagem de filmes e todo o material que lhes está associado, embora se depreenda que seja a relevância que os filmes selecionados possam possuir, na ótica do autor e das fontes por ele consultadas, para a história da cinematografia nacional.

Ao nível editorial este é um livro exclusivo, com uma tiragem única, de apenas 2000 exemplares, que data de Outubro de 2008. As suas dimensões são aproximadamente 25cm x 30,5cm. Possui uma capa dura, é composto por vários cadernos colados e a impressão em papel couché (aproximadamente 200g.) permite uma reprodução de qualidade de todas as imagens (nunca ocupando estas menos de um terço da página, pelo que não existem imagens “pequenas”). As margens, o entrelinhamento e o corpo de letra permitem que mesmo as páginas só de texto não tenham um aspeto muito denso. Contudo a rigidez da grelha,

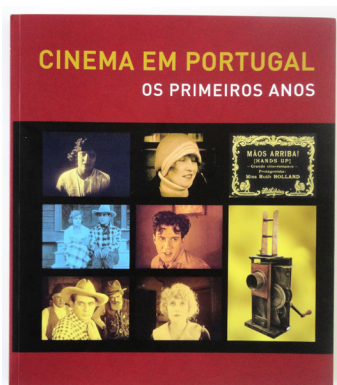


figura 14. Capa de “Cinema em Portugal: Os Primeiros Anos”, CNCCR (2010). CDIR.

invariável, de duas colunas de texto por página e da hierarquia da informação (Título do filme, nome de realizador e ano de lançamento, capital roxa no início de cada texto e depois apenas texto corrido) acabam por tornar esta publicação algo monótona. Consta-se o recurso a um design conservador, regrado e quase “neutro”, certamente orientado para uma audiência mais madura para quem o cinema, e não propriamente o design ou os cartazes dos filmes, é o assunto de interesse.

A publicação **“O Cinema em Portugal: Os Primeiros Anos”** (2011) é o catálogo da exposição homónima, inaugurada em Dezembro de 2010, promovida pela Comissão Nacional para as Comemorações do Centenário da República, pelo Museu da Ciência da Universidade de Lisboa e pela Cinemateca Portuguesa – Museu do Cinema, e comissariada por Tiago Baptista, Teresa Parreira e Teresa Barreto Borges. O catálogo compila a informação relativamente à introdução da sétima arte em Portugal e ao seu percurso desde os primeiros filmes e espetáculos, passando pela fundação dos estúdios em Lisboa e no Porto, até à introdução dos filmes sonoros. Imagens dos vários artefactos que integram a exposição (maquinaria, fotografias, programas/anúncios, revistas, estudos) e texto auxiliar ilustram esta evolução, tornando-a compreensível para o leitor. São também apresentadas várias das declinações do cartaz de cinema que serão abordadas no subcapítulo → 3.2. Outras dimensões do cartaz: ontem, hoje e amanhã.

Ao nível do cartaz, são também apresentados alguns exemplares: inicialmente de alguns filmes estrangeiros, e depois dos primeiros filmes portugueses como *Os Lobos* (1923), *A Rosa do Adro* (1921), *Um Chá nas Nuvens* (1917), *A Severa* (1931), entre outros. Além das suas dimensões e depósito legal, apenas num dos cartazes o designer é identificado: Almada Negreiros nos cartazes de *A Canção de Lisboa*. Sendo um livro focado na temática do cinema, e em particular nos seus primeiros anos, é perceptível que o número de cartazes apresentado bem como a informação relativa aos mesmos, sejam escassos porque, conforme podemos confirmar em “O Cartaz de Cinema em Portugal” de José de Matos-Cruz (1989), que será analisado no capítulo seguinte:

“Lamentavelmente, torna-se difícil estabelecer uma exposição circunstanciada – anterior aos anos trinta, e mesmo na primeira década do sonoro – quer pela inexistência de exemplares, quer porque nunca se tentou um inventário panorâmico sobre tão precioso elemento de publicidade e respectivos autores, na área do cinema” (Matos-Cruz, 1989, p. 3).



figura 15. Dupla página onde se podem observar os cartazes de *A Severa* (1931) e *A Canção de Lisboa* (1933), demonstrativa do layout em "Cinema em Portugal: Os Primeiros Anos", CNCCR (2010). CDIR.

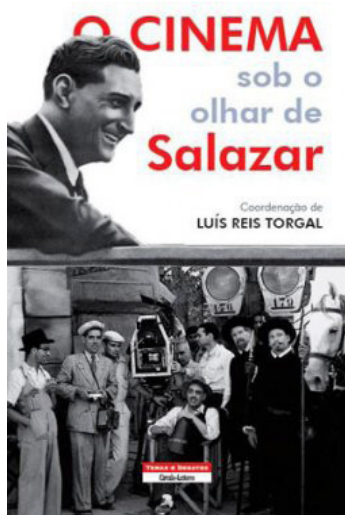


figura 16. Capa de "O Cinema sob o olhar de Salazar", Luís Reis Torgal (2000). CDIR.

O livro tem de dimensões 24,5cm x 28cm e possui uma capa mole, com abas generosas (22,5cm de largura). O *bordeaux* é a cor dominante em toda a publicação, sendo utilizada na capa e no miolo (tanto em divisórias, como em títulos e numeração de página). O miolo de 142 páginas é impresso em papel Coral Book Ivory creme, de 90 g., ao contrário da maioria das obras analisadas (que utilizam papel couché, branco, brilhante e de maior gramagem), embora se entenda que isso não afectou a qualidade das imagens exibidas. Conclui-se, ainda, que esta publicação, não possuindo um grande número de páginas nem papel de gramagem muito elevada, acaba por ser mais fácil de folhear e manusear do que muitas das analisadas no decorrer do presente estado da arte.

Outras publicações existentes, mas que aqui não serão analisadas em detalhe, são: "**Cinema Português – Um País Imaginado: Volumes I (Antes de 1974) e II (Após 1974)**" de Leonor Areal (2011), em que a autora se propõe imaginar a história do país a partir, precisamente, dos seus filmes, colocando em particular enfoque as décadas de 50 a 80, pelo conjunto de realidades estéticas e mudanças no modo de fazer cinema a que se assistiu no decorrer destes quatro decénios. "**O cinema sobre o olhar de Salazar**", de Luís Reis Torgal (2000), aborda o recurso ao cinema como meio privilegiado para divulgação e promoção da ideologia nacionalista e da figura do líder (António de Oliveira Salazar) durante o regime do Estado Novo, através de uma agenda encetada pelo Secretariado Nacional de Informação, liderado por António Ferro, e oferece, também, uma perspetiva sobre como o ditador encarava o cinema e os seus gostos pessoais nesta área;



figura 17. Capas dos volumes I e II de "Cinema Português - Um País Imaginado", Leonor Areal (2011). CDIR.

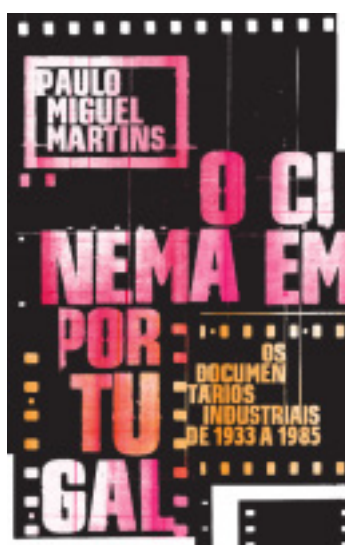


figura 18. Capa de "O Cinema em Portugal: Os Documentários Industriais de 1933 a 1985", Paulo Miguel Martins (2011). CDIR.



figura 19. Capa de "O Cinema Ideal e a Casa da Imprensa: 110 anos de filmes", Maria do Carmo Piçarra (2014). CDIR.

"Cinema em Portugal: Os Documentários Industriais de 1933 a 1985" de Paulo Miguel Martins (2011) é a publicação resultante do trabalho de investigação desenvolvido durante o doutoramento do autor, que, utilizando o início do Estado Novo (em 1933) e a adesão de Portugal à Comunidade Económica Europeia (em 1986) como balizas temporais, procura sistematizar a existência deste tipo particular de documentários realizados no nosso país e saber o que contam, não só acerca da história do cinema e da indústria, mas, também, de que forma ajudam a compreender a evolução da realidade social e económica portuguesa; **"O Cinema Ideal e a Casa da Imprensa: 110 anos de filmes"** de Maria do Carmo Piçarra (2014), que chega às livrarias por ocasião da re-abertura, em Setembro do mesmo ano, da mais antiga sala de cinema do país, o Cinema Ideal, que ao longo dos últimos 110 anos de existência já teve diversas designações e outras tantas gerências, e que, após o declínio sofrido ao longo de várias décadas devido à concorrência das grandes salas, procura agora revitalizar-se numa Lisboa contemporânea sem, no entanto, perder o carácter popular e bairrista que sempre o caracterizou. Finalmente **"O Cinema Português através dos seus filmes"** de Carolin Overhoff Ferreira (2014), uma compilação de textos organizada pela autora com as perspetivas de dezanove investigadores de diversas áreas (jornalismo, literatura, teatro, filologia portuguesa, história, estudos de cinema) acerca de vinte e sete filmes portugueses que "pudessem ser representativos e indicar as características mais importantes para cada época do cinema português" (Ferreira, 2014, p. 10). A Introdução à Segunda Edição, no início deste livro, oferece uma panorâmica concisa e objetiva das principais publicações dedicadas ao cinema português publicadas até à actualidade.

Ainda no que diz respeito a publicações sobre cinema português não se poderia encerrar este capítulo sem deixar de recuar um pouco mais no tempo e referenciar algumas das primeiras publicações onde se discursou sobre esta temática, sendo os seus autores também eles figuras pioneiras ligadas à crítica cinematográfica e à escrita desta história: Luís de Pina com **"Panorama do Cinema Português: Das origens à actualidade"** (1978) e **"História do Cinema Português"** (1986); Henrique Alves Costa com **"Breve História do Cinema Português"** (1978); João Bérnard da Costa com **"Histórias do Cinema Português"** (1991) e **"O Cinema Português nunca Existiu"** (1996); e, por último, Félix M. Ribeiro com **"Filmes, Fuguras e Factos do Cinema Português, 1896-1949"** (1982).

Em síntese:

De uma forma global, pode constatar-se que a história do cinema português continua a despertar o interesse da esfera pública.

Contudo os contributos, sejam eles mais parcelares ou mais generalistas, são muito focados nas questões intrinsecamente ligadas ao mundo do cinema, tais como: os filmes, os seus elencos e realizadores; as entidades e organismos reguladores; as salas e cinemas icónicos; a evolução tecnológica; estúdios, produtoras e distribuidoras.

O cartaz, ainda que servindo o cinema, não encontra nas obras sobre a história do cinema português uma representatividade capaz de dar respostas a quem procure conhecimento acerca deste artefacto em específico. Co-existe, antes, com fotografias, fotogramas, cartonados, bilhetes de cinema e outras imagens que procuram ilustrar a mancha de texto onde, eventualmente, mais informação poderá ser facultada além das sucintas legendas.

Resta saber se a área do design nos poderá fornecer essas respostas. Nesse sentido, importou realizar um estudo sobre as publicações nacionais relacionadas com o cartaz de cinema, para perceber de que forma o design, enquanto disciplina construtora de sentido, é abordado nas mesmas.

2.3. Documentos sobre o cartaz de cinema português

2.3.1. Design gráfico e cartaz

No decorrer das últimas décadas tem sido realizado um esforço notável no sentido de historiar o design português. Os documentos e publicações existentes representam um contributo importante, mas ainda insuficiente, para a memória de uma disciplina que só há meio século se autonomizou, e que atualmente ainda se debate com as suas próprias fronteiras, fruto do seu carácter multidisciplinar (design de comunicação, de produto, industrial, de serviços, de moda, *motion graphics*, *web design*, *food design*, apenas para enumerar algumas) e da crucial articulação com outras áreas fundamentais à sua prática (arte, engenharia, indústria, gestão, *marketing*, sociologia ou ciências da comunicação).

Em Portugal, país que viveu cerca de quarenta anos sob a ditadura salazarista, da qual emergiu, em 1974, com graves atrasos relativamente ao resto da Europa (particularmente evidentes ao nível agrícola, industrial e educacional), o aparecimento do "design", ou pelo menos da sua designação como tal, ocorreu tardiamente levando consequentemente a um atraso na documentação da sua história e antecedentes.

"Os textos sobre a história do design em Portugal apareceram de forma pontual e tardia, aflorando de forma mais sistemática e consistente na última década do séc. XX. Este facto reflecte a insuficiência da investigação desenvolvida nesta área, consequência provável da (pouca) importância que foi atribuída a esta disciplina no contexto nacional nesse século"

(Barbosa, 2011, p. 47).

Os primeiros contributos advêm essencialmente da área da história da arte, progredindo, depois, para uma maior autonomização e independência, fruto, também, do aumento do número de instituições especificamente dedicadas ao ensino do design, onde a investigação e o desenvolvimento de metodologias próprias puderam proliferar.

A um nível mais generalista, dedicado à história do design português, podem enumerar-se, por ordem cronológica: **"A Arte em Portugal no século XIX: Volumes I e II"** de José Augusto França (1967); **"A Arte em Portugal no século XX"** de José Augusto França (1974); **"O design e a decoração em Portugal: 1900-1994"** de Rui Afonso Santos (1995); **"100 anos de Design Português"** do Centro Português de Design (2000); **"Percursos do Design Português"** de Vitor Manaças (2005); **"História do design em Portugal I: Reflexões"** de Helena Souto (2009); **"Arte/Risco - 100 Anos de Design Comunicação em Portugal"** de Nuno Ribeiro (2009); **"Design Gráfico em Portugal: Formas e Expressões da Cultura Visual no Século XX"** de Margarida Fragoso (2012); e, por último, **"Design et al"** de Emílio Távora Vilar (2014).

Já no domínio do cartaz, destaque para **"Do cartaz ao cartaz interactivo"** de Rui Paulo Vitorino dos Santos (2001) e **"O poder do cartaz: a cultura gráfica contemporânea"** de Raimundo Tavares (2007).

Ao nível da realidade cartazista nacional, evidenciam-se: **"O cartaz em Portugal"** de Irene Contente (1981); **"Sobre alguns cartazes da ETP de Raul de Caldevilla, 1916-1923"** de Tiago Baptista (1998); **"O cartaz de propaganda do Estado Novo"** de Pedro Rosa (2000); **"O cartaz partidário em Portugal no período revolucionário (1974-1975)"** de Eduardo Camilo (2001); **"O cartaz português"** de Theresa Lobo (2003); **"Portugal em cartaz: a (re)construção pelo Estado de uma imagética do destino turístico (1911-1986)"** de Maria José Aurindo (2004); **"O cartaz**

de propaganda do Estado Novo” de Theresa Lobo (2005); **“O cartaz e a escola: um estudo centrado nos autores e no curso de design das Belas Artes do Porto”** de Rui Mendonça (2007).

³¹ À exceção de:

"Arte/Risco: 100 anos de design de comunicação em Portugal", desenvolvido pelo aluno do IADE-U Nuno Ribeiro (2009), sob orientação de Helena Souto, no âmbito do mestrado em Design e Cultura Visual, com vista ao desenho de uma exposição que comunicasse a história do design gráfico português; e de **"Design et al"** de Emílio Távora Vilar (2013), publicação que congrega os contributos de dez conceituados professores universitários portugueses (Eduardo Aires, Emílio Távora Vilar, Francisco Providência, Heitor Alvelos, José Bártolo, Maria Teresa Cruz, Mário Moura, Paulo Parra, Vasco Branco e Victor M. Almeida) com vista a uma reflexão relativamente ao panorama da disciplina nas suas diferentes dimensões,

Uma análise crítica de todos estes documentos e publicações³¹ foi já conduzida por Helena Barborsa no âmbito da sua tese de doutoramento **“Uma história do design do cartaz português do século XVII ao século XX”** (2011), pelo que se entendeu que não seria vantajoso, no contexto da presente investigação, realizar uma nova incursão no domínio das mesmas. Contudo, teria interesse uma consulta daquelas que apresentam um estudo mais generalista sobre o cartaz em Portugal (não se focando em nichos tão específicos como o cartaz partidário, turístico), com vista a averiguar se, eventualmente, algum cartaz de cinema é referenciado.

A investigação de Barbosa (2011) representa uma tentativa de cobrir uma lacuna verificada ao nível de uma abordagem mais generalista e orientada, mas não limitada, pela perspetiva do design da história do cartaz português.

“A análise de publicações e estudos que tratam o cartaz português permitiu constatar que se dedicam a temas específicos, normalmente focados num autor, numa casa impressora, num período histórico particular ou num género de cartaz. Entendeu-se que esses contributos eram demasiado parcelares e que faltava uma visão mais ampla, dadas as inúmeras características que um cartaz pode anunciar ou enunciar” (Barbosa, 2011, p. 3).

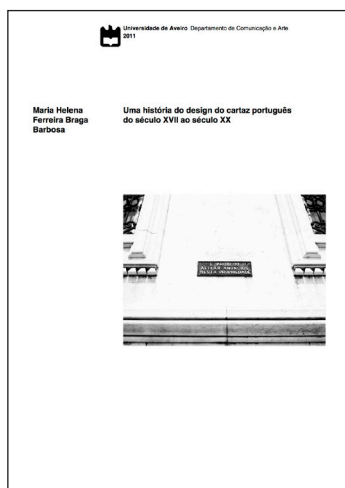


figura 20. Capa de “Uma história do design do cartaz português do século XVII ao século XX”, Helena Barborsa (2011). CDIR.

Em termos metodológicos, a análise ao acervo de 1962 cartazes foi dividida em quatro grandes etapas. Em primeiro lugar a construção de uma base de dados contendo todos os cartazes selecionados da amostra, com uma multiplicidade de campos de informação (vinte e três, ao todo) relativos a cada cartaz, que foram preenchidos mediante os dados que se conseguiram obter. Seguiu-se a organização cronológica dos cartazes, divididos de acordo com a sua taxonomia (cartazes políticos, comerciais e culturais) embora ressalvando que “As fronteiras entre as categorias utilizadas não têm contornos rígidos” (2011, p. 70), numa espécie de mural, em casa da autora. Posteriormente, efetuou-se a análise desse mesmo mural, norteadas pelo triângulo Autoria/Programa/Tecnologia de Francisco Providência: “Utilizando a trilogia metafórica (...) considerou-se que o vértice ‘tecnologia’ se desloca ao longo do eixo cronológico (relativo à sua evolução), que o eixo ‘programa’ se agrega ao eixo da

³² Lista de referências ao cartaz de cinema em “Uma história do cartaz português do século XVII ao século XX” (Barbosa, 2011):

- Autor anónimo (1946) *Camões* (2011, p. 336): a propósito da casa de impressão Neogravura e do processo de impressão através de fotogravura;

- Manuel Lapa (1943) *Amor de Perdição* (2011, p. 438-439; p. 469-471): referência a Manuel Lapa cujo cartaz apresenta uma “versão cénica em que as figuras foram tratadas com certo realismo”, como parte de um grupo de autores “que continuaram a introduzir conceitos estéticos inovadores nas suas representações” durante a década de 40. Posteriormente, nas páginas 469 a 471, observações sobre o modo como assinava a autoria do mesmo cartaz, juntamente com outros cartazes e assinaturas dos respectivos autores;

- Victor Palla (1962) *Dom Roberto* (2011, p. 445-446): acerca da influência da estética de Saul Bass sob o cartaz de Victor Palla;

- Alda Rosa e José Brandão (1974 ?) *Máscaras* (2011, p.448): apresentado como exemplo de uma maior liberdade estética nos cartazes, por oposição ao período da ditadura, “Este período representou mudanças significativas em termos sociais e os cartazes consequentemente acompanharam essas transformações.”;

- João Machado (1977) *1º Festival Internacional de Cinema de Animação* (2011, p. 452): introdução de João Machado enquanto “figura emblemática” da produção cartazista a partir dos anos 80;

- João Abel Manta (1977) *As Ruínas do Interior*, (2011, p. 513); Judite Cília (1978), *O Outro Teatro* (2011, p. 513) e Vasco Colombo (1999) *Tarde Demais* (2011, p. 514): três dos cartazes culturais da década de 70 mais escolhidos pelos especialistas, onde os traços autorais e a composição dos elementos são colocados em evidência (*Tarde Demais* é, na verdade, um filme de 1999, pelo que o seu cartaz não poderia datar de 1979).

classificação dos cartazes por categorias (ou seja, quanto às finalidades), enquanto o vértice ‘autoria’ se revela em cada artefacto presente na amostra, através da sua retórica visual” (2011, p. 78). Finalmente, obtiveram-se os pareceres de um grupo de dez especialistas (todos eles designers, docentes universitários e autores de cartazes) – “É que são os designers, enquanto autores, os operadores do modelo triangular. Mas também são eles os primeiros construtores dos discursos do design, sobre os artefactos que concebem” (2011, p. 91) – convidados a observar o mural e a seleccionar um determinado número de cartazes, registando-se a análise qualitativa das considerações que teceram. “(...) A metodologia de investigação que se seguiu foi, deliberadamente, qualitativa já que as quantificações sobre o design não parecem oferecer conclusões promotoras da sua compreensão ou da sua qualificação prática” (2011, p. 90), procurando encontrar convergências e dissonâncias.

Inserido no grupo dos cartazes culturais, para fins de classificação taxonómica, o cartaz de cinema acaba por ter uma representatividade diminuta no contexto da investigação, aparecendo apenas no capítulo dedicado ao século XX. Da base de dados constam um total de sessenta e três cartazes de cinema, transpostos também para o “mural” observado pelos especialistas, resultando apenas num total de oito referências aos cartazes de cinema (acompanhadas de imagem) no corpo da tese³².

Estas referências representam apontamentos isolados e breves feitos ao cartaz de cinema. Funcionam como complemento ao tema abordado no contexto da história (geral) do cartaz em Portugal ou então são considerações realizadas pelos especialistas, aquando da sua análise do mural. Pode afirmar-se que, enquanto Barbosa (2011) complementa os contextos com o cartaz de cinema, a presente investigação complementa o cartaz de cinema com os seus contextos.

É valioso o contributo que a investigação oferece em termos do conhecimento relativamente à evolução deste artefacto, da sua autoria (designers/artistas/instituições, metodologias de trabalho, retórica visual, formas de identificação do autor), do programa (legislação, contextos socioeconómicos, *briefings* e relações designer-cliente) e da tecnologia utilizada na sua reprodução no nosso país (casas de impressão, técnicas, maquinaria, tipos de papel, marcas de água, suportes de afixação – exaustivamente

investigados), ao longo de quatro séculos.

A presente investigação, ainda que norteadada pela mesma trilogia conceptual, não poderia ambicionar uma investigação da mesma magnitude e profundidade que a de Barbosa, embora se proponha a adicionar conhecimento específico e, em alguns segmentos, inédito, em relação à história do cartaz de cinema português e ao nível do projeto de design, desdobrado nas vertentes autoria, programa e tecnologia.

A amostra iconográfica de Barbosa (2011) foi limitada a uma seleção de todos os cartazes que fazem parte do catálogo da Biblioteca Nacional Portuguesa e da coleção Madeira Luís (deixando de fora outras instituições com espólios que contêm cartazes de cinema), privilegiando cartazes com autoria e data identificadas, onde o cartaz cultural do século XX ocupa parte parcelar, e o cartaz de cinema, consequentemente, uma parte ínfima. As limitações verificadas ao nível do cartaz de cinema são compreensíveis se tivermos em conta a abrangência da investigação e o elevado número de cartazes presentes na amostra, mas justificam a pertinência do trabalho de investigação mais aprofundado que esta dissertação agora contempla.

2.3.2. Cartaz de cinema

No que diz respeito a uma abordagem dos cartazes de cinema português, realizada pelo prisma do design, foram encontrados um total de quatro documentos, das quais três constituem dissertações de mestrado. Procurou-se realizar uma análise mais aprofundada destas obras e das metodologias empregues na sua elaboração por constituírem, no contexto desta investigação, aquilo que mais se aproxima do tema abordado ainda que, dentro deste, sejam contributos parcelares.

José de Matos-Cruz (1989) foi pioneiro ao abordar de forma direta e objetiva a questão da autoria dos cartazes de cinema portugueses, em “O cartaz de cinema em Portugal”.

As três dissertações de mestrado consultadas debruçam-se sobre nichos específicos dentro do que é o cartaz de cinema português. Vítor Neto (2007), em “O Cartaz Cinematográfico nos Anos de Ouro do Cinema Português: 1931-1949”, focou-se numa janela temporal muito particular, e procurou desenvolver um projeto editorial em redor desta temática. Cátia Silva (2010), no âmbito do mestrado em Design e Cultural Visual do IADE-U, desenvolveu a dissertação “Cartazes do cinema Português: A Influência nos Cartazes Russos”, procurando encontrar semelhanças entre cartazes de cinema russos e portugueses, apresentando cartazes nacionais que vão só de 1931 a 1953. Já Ana Rosas (2013), no mestrado em Design de Comunicação da ESAD, “Cartazes de filmes de Manoel de Oliveira: de *Aniki-Bóbo* a *O Gebo* e a *Sombra*”, restringe o projeto aos cartazes da filmografia do realizador português com maior longevidade em termos de carreira profissional, com uma amostra de filmes e cartazes de 1942 a 2012.

O texto “**O cartaz de cinema em Portugal**”, de Matos-Cruz (1989), serve de introdução a uma publicação que apresenta “Sessenta Cartazes de Cinema Português” e que, na BNP, se encontra arquivada como “apêndice” de um número especial da extinta *Revista de Cinema*, datada de Abril de 1989. Este texto introdutório representa uma das escassas situações em que, efetivamente, se escreveu relativamente à autoria dos cartazes de cinema nacionais:

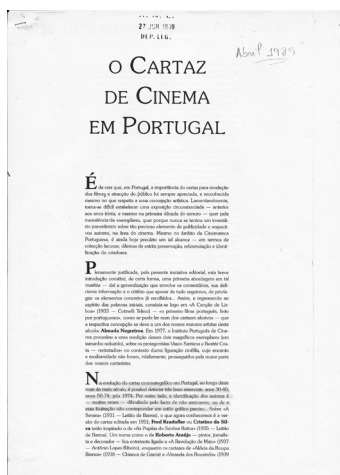


figura 21. “O Cartaz de Cinema em Portugal”, primeira página do texto introdutório de José de Matos-Cruz (1989). CDIR.

“(…) esta breve introdução constitui, de certa forma, uma primeira abordagem em tal matéria – daí a generalização que envolve os comentários, sua deficiente informação e o critério que apesar

de tudo seguimos, de privilegiar os elementos concretos já recolhidos...” (Matos-Cruz, 1989, p. 3).

O texto acaba por fornecer uma listagem dos principais artistas responsáveis pelo desenho dos cartazes, não apenas dos sessenta apresentados mas também de outros filmes, dentro daqueles que são os condicionantes apontados pelo autor na sua recolha:

“Lamentavelmente, torna-se difícil estabelecer uma exposição circunstanciada – anterior aos anos trinta, e mesmo na primeira metade do sonoro – quer pela inexistência de exemplares, quer porque nunca se tentou um inventário panorâmico sobre tão precioso elemento de publicidade e respectivos autores, na área do cinema. Mesmo no âmbito da Cinemateca Portuguesa, é ainda hoje precário um tal alcance – em termos de colecção lacunar, dilemas de estrita preservação, referenciação e identificação de criadores (...) Por outro lado, a identificação dos autores é – muitas vezes – dificultada pelo facto de não assinarem, ou de a essa ilustração não corresponder um estilo gráfico preciso (...)” (1989, p. 3).

O autor defende que na evolução do cartaz cinematográfico em Portugal, entre os anos 30 e os finais da década de 80, se podem reconhecer “três fases essenciais: anos 30-40; anos 50-74; pós 1974” (1989, p. 3). A apresentação de conteúdos, ainda que seguindo uma linha cronológica, é feita de forma muito compacta e intensa: é através da indicação sucessiva de filmes, datas, realizadores e artistas que o autor vai abordando a evolução deste artefacto. Realiza breves apontamentos em relação a alguns artistas, nomeadamente as suas profissões e o seu “estilo” de desenho ou técnicas mais frequentemente empregues, com um enfoque especial no recurso cada vez maior à fotografia e ao impacto que esta teve sob a produção cartazista:

“Sem acusar uma esterilidade de motivações, o cartazismo dos anos cinquenta e sessenta passa a depender mais das características do filme que do próprio engenho ou génio do artista plástico; a fotografia torna-se um elemento primordial a partir da qual se agrava um mero arranjo gráfico, e – curiosamente – enquanto o cinema é conquistado pela cor, em Portugal, os cartazes tornam-se menos inventivos, mais uniformes e ‘desbotados’, em virtude do recurso a novas técnicas tipográficas. Porventura, dilui-se também a função plástica de atracção do público, através de elementos apelativos, requerida – em dimensões mais modestas – ao próprio cartaz, que se convertia – essencialmente – em mero material complementar de apoio a uma acidentada difusão comercial...” (1989, p. 5).

Este texto introdutório é seguido da mostra de sessenta cartazes, reproduzidos a preto e branco, sendo o mais antigo datado de 1922 (*Desafiando a Morte*) e o mais recente de 1988 (*Tempos Difíceis*). Crê-se que, desde o texto de Matos-Cruz, pouco ou nada tenha sido escrito neste domínio, além das dissertações de mestrado em seguida analisadas. Conforme foi referido no início deste capítulo, as três resultam de investigações académicas realizadas na área do design gráfico, e possuem, dentro da temática “cartaz de cinema português”, nichos muito específicos.

A primeira das dissertações de mestrado relacionadas com esta temática de que há registo na base de dados da BNP, **“O Cartaz Cinematográfico nos Anos de Ouro do Cinema Português: 1931-1949”**, de Vítor Neto (2007), é dedicada aos chamados “anos de ouro do cinema português”, aqui balizados pelo lançamento do primeiro filme sonoro nacional, *A Severa* de Leitão de Barros (estreado em 1931), e pela saída de António Ferro do Secretariado Nacional de Informação (em 1949), correspondendo, portanto, apenas às décadas de 30 e 40 do século XX.

“Pretendo realizar o projecto de um livro onde se fará um levantamento geral do cartaz de cinema produzido neste período, incluindo os seus designers e tipógrafos, diferentes histórias, enquadramento social, influencias nacionais e internacionais, análise gráfica, técnicas da época, tipografia entre outros” (Neto, 2007, p. 3).

Em termos estruturais o documento divide-se entre a componente teórica (“Memória Descritiva”) e a prática (“Projecto de Design”). A primeira parte contextualiza o projecto e traça uma história da evolução do cartaz enquanto artefacto e das tecnologias de produção que lhe estiveram associadas, afunilando na realidade portuguesa. Acerca do cartaz de cinema, o autor afirma que além de “Cartazes Publicitários - Colecção da Empresa do Bolhão” (2001), de Theresa Lobo, e “A Publicidade no Estado Novo” (2004) de Rui Estrela:

“(…) nada mais está publicado ou acessível ao público sobre o tema do cartaz. Excepção feita a alguns catálogos de exposições de cartazes, muitos deles sem referências directas ao tema, mas sim como anexos à obra de algum designer gráfico português, como por exemplo à obra de Sebastião Rodrigues, muito pouco ou nada existe” (2007, p.?)

Não foi possível consultar a obra de Rui Estrela, embora na de Theresa Lobo o cartaz de cinema apenas surja referenciado

numa dupla página, sendo apresentados os cartazes de *Claudia*, filme mudo de 1923 realizado por George Pallu, e de *Os Olhos de Alma*, realizado por Roger Lion, em 1925, acompanhados por um texto de contextualização e breve análise formal dos cartazes (Lobo, 2001). Nesta componente teórica faltaria referir o texto de Matos-Cruz (1989) acerca da autoria dos cartazes de cinema português, anteriormente abordado e, eventualmente, um estudo mais aprofundado de algumas obras de cinema, para uma compreensão de como é que os cartazes de cinema apareciam reproduzidos nas mesmas.

Já o resultado prático do projeto não é totalmente perceptível uma vez que a componente prática "Projecto de Design", além de propostas para a capa, contracapa e lombada, revela miniaturas do que seria o miolo do livro, em termos de paginação e apresentação dos cartazes, recorrendo a texto simulado, sendo que o conteúdo propriamente dito é apresentado fora do *layout* idelizado para a publicação, tipo "texto corrido", em anexos: "Anexo I: Texto do livro *Cartazes de Cinema Português 1931/1949*". (Neto, 2007, p. 27-32).

Uma leitura deste texto deixa perceber que, apesar de contextualizar o leitor em termos de realidade social, cultural e cinematográfica, não é conduzida uma análise que privilegie a componente do design na mostra de cartazes selecionada. Compreende-se, e experienciou-se também no decorrer da presente investigação, essa dificuldade de, enquanto estudante de design, ter de produzir conteúdo original da área do cinema, que ajude a contextualizar o cartaz. Contudo, tendo sido feito esse esforço por parte do autor [Neto], remeter o texto para anexos e não tê-lo incluí-lo, já paginado, no *layout* criado para o projecto editorial dificulta um pouco a perceção global do trabalho. As especificações técnicas relativamente à produção e acabamento do livro são apresentadas no final da componente teórica ("3. Análise gráfica - o livro").

É já no final do documento que se encontra uma tabela de figuras (Anexos IV e V) com algum interesse para o projeto, uma vez que sistematiza, através de diversos campos (nome do filme, data, realizador, dimensões do cartaz, cor/pb, autor do cartaz, edição, tipografia), informações relativamente aos cartazes consultados no decorrer da investigação (2007, p. 101-109).

³³ Entende-se, portanto, que um título mais adequado seria “Cartazes do Cinema Português: A Influência dos Cartazes Russos”. Embora eventualmente se depreenda a intenção de demonstrar que a inspiração era encontrada nos cartazes russos e deles extraída, a autora reafirma novamente na Introdução que “Este trabalho trata-se de um projeto tendo como objetivo a conceção de um livro sobre os cartazes do cinema português e a sua influência nos cartazes do cinema russo” (2010, p. 14).

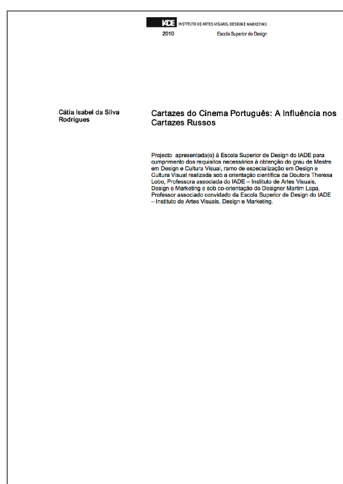


figura 22. Capa de “Cartazes do Cinema Português: A influência nos Cartazes Russos”, Cátia Silva (2010). CDIR.

Além de uma certa fragilidade sentida ao o nível da abordagem realizada aos cartazes destas duas décadas, onde o design esteve presente maioritariamente na componente teórica, e sendo este um projecto dedicado aos anos de *ouro* do cinema português, acredita-se que teria sido vantajoso explorar novas abordagens na componente prática, que transmitissem, através do design editorial, precisamente parte da "aura mágica" dessa época em que os portugueses acorriam às salas de cinema para verem as mais recentes produções nacionais. Quando as comédias musicais abundavam e as pessoas sabiam de cor as canções. A componente prática acaba por ter um aspecto muito "asséptico" e convencional, algo que o presente projeto procura, até certo ponto, contrariar.

O trabalho desenvolvido por Cátia Silva (2010), na sua dissertação de mestrado “**Cartazes do Cinema Português: A Influência nos Cartazes Russos**”, aproxima-se, em termos muito gerais, dos objetivos gerais do presente projeto, embora com uma temática muito mais restrita e direcionada. Pretendia-se a apresentação e comparação, “realizada através de imagens, composições e cores, desenvolvendo o enquadramento histórico do cartaz e os aspectos sociais, políticos e artísticos” (Silva, 2010, p. 8), das influências sentidas entre os cartazes de cinema russos (compreendidos entre 1922 e 1931) e portugueses (de 1931 a 1953), e a transposição desta investigação para um projeto editorial, vulgo livro, “simples e de fácil compreensão e manuseamento, que enriqueça e dê a conhecer os grafismos dos cartazes cinematográficos de ambos os países” (2010, p. 8). O título da investigação pode induzir em erro uma vez que denota a ideia de que foram os cartazes portugueses que influenciaram os russos, quando sabemos que isso não aconteceu. Consoante a autora indica, a amostra de cartazes russos apresentados precede a dos cartazes portugueses em termos temporais, pelo que não poderiam ter sido influenciados por estes³³.

Em termos de organização, o documento dedica os três primeiros capítulos a uma contextualização teórica relativamente ao artefacto “cartaz” (à sua história e importância em termos sociais, abordadas de forma algo fugaz e pouco aprofundada) e à apresentação das realidades portuguesa e russa ao nível desse mesmo artefacto. O quarto capítulo assenta no desenvolvimento do projeto prático, sendo apresentada a proposta para o livro e os respetivos conteúdos.

figura 23. Dupla página do projecto editorial apresentado em “Cartazes do Cinema Português: A influência nos Cartazes Russos”, Cátia Silva (2010). CDIR.



O capítulo dedicado à realidade portuguesa é de maior interesse para a presente dissertação, tendo sido analisado com particular atenção. É evidente o esforço para contextualizar o leitor política e socialmente (subcapítulos “2.1. A Política do Espírito” e “2.2. António Ferro e o SNI – Secretariado Nacional de Informação”), com uma apresentação das atividades do Estado Novo ligadas à propaganda, divulgação de ideais e cinema nacional, contudo o subcapítulo “2.3. Os Cartazes de Cinema” apenas aflora algumas questões interessantes relativas a esta temática, entre as quais: a cultura cinematográfica portuguesa à época; a abertura da Tóbis Portuguesa; a chegada de Fred Kradolfer e o dinamismo que este incutiu ao panorama gráfico nacional, arrancando o período modernista, com “grafismos modernos que acompanhassem os países evoluídos, influenciados pelos movimentos modernos da época, sem nunca esquecer o conservadorismo, resultando daí cartazes mais *naïf*” (2010, p. 33); o facto de Portugal se encontrar na vanguarda tecnológica da litografia fruto da maquinaria existente no Porto necessária à produção cartazista como a Litografia Nacional (fundada em 1894) e a ETP – Escritório Técnico de Publicidade (fundada em 1914).

Sentiu-se, no entanto, a falta de uma linha condutora coerente que sustentasse os factos narrados, o que por vezes resultou em afirmações “soltas” que carecem de sustentação como “Os actores eram muito acarinhados pelo público, eram eles que levavam o público ao cinema, daí o aumento de cartazes de cinema em Portugal” (2010, p. 33). No que diz respeito à parte do design dos cartazes propriamente dito e à questão da identidade

portuguesa, a informação que sustenta o discurso é escassa:

“Com o crescimento da produção de cartazes muitos foram os pintores que se dedicaram à sua produção como atividade profissional principal, visto o rendimento monetário ser superior, não sendo por isso de estranhar que em Portugal a autoria de muitos cartazes seja de pintores e não de profissionais dedicados apenas à arte de concepção de cartazes, muitos deles com renome naquela época. (...) Esteticamente os cartazes cinematográficos portugueses eram bastante alegres, coloridos e representavam bem a história do filme, contudo visualmente eram muito carregados de informação escrita. Os *letterings* variam entre fontes serifadas, não serifadas e caligráficas. A representação das personagens varia entre a técnica da fotocoloragem e a pintura realista, estando muitas vezes principalmente nos filmes na categoria da comédia, inseridas em elementos que caracterizem a história do filme. A informação dos cartazes é muito escassa, sendo difícil encontrar por vezes o autor do cartaz, muito poucos estão assinados pelo artista, bem como as datas ou as dimensões” (2010, p. 33-34).

O capítulo encerra com a apresentação de apenas duas notas biográficas respeitantes ao que a autora classificou como “Principais Artistas”: Manuel Guimarães e António Soares. Curiosamente não são os mesmos indicados, mais à frente, naquilo que se presume seja a Conclusão do projeto editorial:

“Embora um pouco à parte do mundo e não muito evoluído, Portugal apresenta cartazes esteticamente apelativos e em muito semelhantes aos cartazes russos, dominantes quer pela estética quer pela produção cinematográfica na altura. (...) Em Portugal destaque para Mário Costa e Rosa Leita que embora artistas polivalentes e dependentes de poucos meios técnicos e sem acompanhamento das vanguardas vigentes na altura na Europa apresentam um trabalho bastante inovador.” (2010, p. 105)

Por fim, o quarto capítulo, “Projecto Gráfico – O livro ‘Os Cartazes do Cinema Português: a Influência nos Cartazes Russos’”, é iniciado com aquilo que a autora designou de “4.1 Desenvolvimento Teórico”, que mais não é do que um enunciado das especificações técnicas necessárias para a apresentação e reprodução do livro. O projeto editorial (“4.2 Projecto Gráfico”) assenta, grosso modo, na apresentação de cartazes portugueses e do seu “correspondente” russo, com um texto de aproximadamente meia página onde a autora descreve ambos os cartazes, evidenciado as semelhanças, por vezes mais óbvias e legítimas, outras vezes mais “forçadas”, que

encontrou entre ambos. Apesar da indicação relativa ao ano de lançamento dos filmes, realizador e, ocasionalmente, autoria do cartaz, enfatiza-se o carácter quase estritamente descritivo do conteúdo textual, que assim ganha uma dimensão acessória, no sentido em que é um exercício que poderia facilmente ser realizado apenas visualmente, não fosse a particularidade de todos os cartazes serem apresentados a preto e branco (e não na sua versão original, a cores, como seria de esperar), pelo que um fator importante para a sua análise, o da cor, se perde, sem que nenhuma justificação seja apontada para tal.

Conclui-se, assim, a análise deste projeto com a sensação de que o trabalho realizado ficou aquém do seu potencial, apresentando parca informação relativamente às questões ligadas ao design e à história do cartaz de cinema português, e um projeto de design “desinspirado” onde elementos cruciais como o *layout*, a tipografia, a organização de conteúdos, técnicas de impressão e acabamento não tiveram, claramente, tempo de maturação.

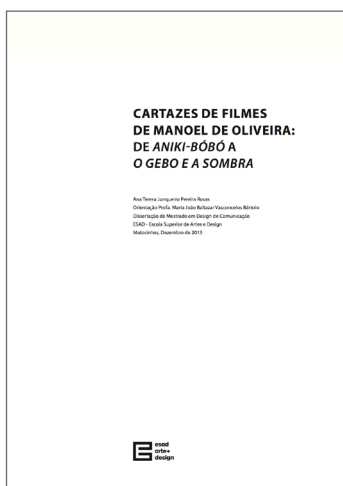


figura 24. Capa de “Cartazes de Filmes de Manoel Oliveira: de *Aniki-Bóbo* a *O Gebo* e a *Sombra*”, Ana Rosas (2013). CDIR.

Finalmente Ana Rosas (2013) é a autora da dissertação de mestrado intitulada **“Cartazes de filmes de Manoel de Oliveira: de *Aniki-Bóbo* a *O Gebo* e a *Sombra*”**, que, consoante o título denota, se foca exclusivamente no desenvolvimento de “uma análise de cartazes de filmes, do circuito português, do realizador Manoel de Oliveira” onde o objectivo foi “identificar o autor do cartaz e compreender de que modo a sua concepção representa ou reinterpreta o filme a partir do cineasta sem, contudo, o contradizer” (Rosas, 2014, p. 5).

O documento é composto por quatro capítulos, intrinsecamente ligados às temáticas identificadas pela autora na filmografia de Manuel de Oliveira, a saber: *Autobiográfico*, “estes filmes correspondem a representações claramente autobiográficas”; *Masculino vs. Feminino*, “a representação ficcional do que Oliveira designará como amores frustrados, ou seja, as convenções sociais associadas ao casamento”; *Histórico*, “a representação de Oliveira relativamente a marcos e figuras históricos”; e *Teatral*, “apresentar a importância do teatro para Oliveira e de que modo o artifício da encenação teatral corresponde, para o cineasta, à verdade material de objetos concretos” (2013, p. 19-20).

Procurando salvaguardar a eventual incongruência em organizar uma investigação dedicada ao design dos cartazes dos filmes tendo por base questões ligadas aos seus enredos, Rosas afirma que, idealmente, cartaz e filme são indissociáveis:

“(...) Esta investigação procurou encontrar quatro categorias temáticas que correspondessem a uma síntese de temas recorrentes na obra de Manoel de Oliveira e que, em grande medida, deviam ser preocupações do designer para a concepção do cartaz. Desse modo, o objectivo desta metodologia interpretativa considerou a necessidade de relacionar a obra de Oliveira com os cartazes dos filmes analisados através de uma síntese visual, de palavras-chave que evidenciassem traços temáticos recorrentes no cinema de Oliveira e que, por isso, se traduzissem na representação gráfica do cartaz. (...) Se o autor do cartaz teve que sintetizar as preocupações de Oliveira relativamente a aspectos autobiográficos, ao confronto entre a mulher e o homem, à história de Portugal, e à relação entre o teatro e o cinema – preocupações que não se alteraram significativamente ao longo da obra do cineasta – então também ele teve a necessidade de representar no cartaz esses aspectos associados à vida do cineasta, o conflito entre os papéis femininos e masculinos, a história de Portugal, e determinadas convenções formais associadas ao teatro e ao cinema” (2013, p. 20-21).

Da mesma forma que é discutível até que ponto um cartaz traduz a “essência” do filme que anuncia ou lhe é “fiel” (ou até mesmo se esta “fidelidade” é desejada ou benéfica) é também discutível este critério de organização, designado de “artifício historiográfico”, que a autora extrai de “Uma história do design: Projecto, Produção, Venda e Consumo”, de Renato de Fusco (1993), obra com a qual procura estabelecer um paralelismo em termos metodológicos:

“Se para De Fusco a estrutura e a análise da história do design segue quatro conceitos chave, ou seja, “o projecto”, “a produção”, “a venda” e “o consumo” do objecto de design, nesta investigação agrupamos os cartazes de filmes de Oliveira em quatro categorias temáticas: *Autobiográfico*, *Feminino* vs. *Masculino*, *Histórico*, e *Teatral*. A perspectiva de Renato de Fusco centra-se na construção da narrativa histórica a partir de uma interpretação de factos e, por isso, é que este alicerça a sua argumentação recorrendo à noção de artifício historiográfico, ou seja, a partir do encadeamento de quatro temas que associa a uma estrutura invariante do trabalho em design. (...) Desse modo, seguimos um processo metodológico que associamos ao design: as categorias temáticas abordadas correspondem a sínteses dos argumentos e dos cartazes analisados (2013, p. 22).”

Contudo, parece ser uma organização algo lógica, fundamentada e, acima de tudo, necessária, considerando a abrangência temporal da obra de Oliveira e a multiplicidade de pessoas e temáticas que já se cruzaram nos seus filmes.



Podemos afirmar-se que a autora conduziu uma análise profunda e cuidada da obra de Oliveira. Cada capítulo foi introduzido com uma detalhada explicação da sua temática, da maneira como esta se expressa nos filmes e cartazes enunciados. De igual modo, nenhum cartaz foi "desconstruído" em termos de composição sem que antes fosse traçado um sucinto panorama do enredo do respetivo filme. Ao nível da imagética foi frequente a apresentação dos fotogramas do filme que deram origem ao cartaz (quando tal acontece), ensaiando-se uma explicação do porquê da escolha daquelas imagens, da sua ligação com o filme, não descurando também o significado cromático, a sua dimensão e posicionamento no cartaz; ao nível da tipografia procurou identificar-se qual ou quais as fontes tipográficas utilizadas, bem como analisar questões de escalas, espaçamentos, alinhamentos e legibilidade. Outros aspetos foram também alvo de especial atenção, tais como: a assinatura do designer; a correlação com os cartazes franceses dos filmes, que começaram a servir de matriz para os portugueses; ou a tecnologia envolvida no processo de composição e impressão.

Testemunhos de Oliveira e de designers portugueses, como João Abel Manta, João Botelho, Armando Alves, Henrique Cayatte,

José Brandão, Judite Cília e Francisco Laranjo, e de estrangeiros, como Pierre Collier e Yves Prince, foram também recorrentes ao longo de todo o documento, ajudando a uma compreensão da metodologia seguida na execução dos cartazes e do diálogo estabelecido entre ambas as partes.

Na conclusão da investigação, a autora afirma que, de uma maneira geral, as colaborações estabelecidas entre Oliveira e designers portugueses (que contactavam com o cineasta, assistiam os filmes e eram conhecedores da realidade portuguesa) resultaram em cartazes mais fiéis às temáticas abordadas nos filmes:

“(...) Procuramos evidenciar que os cartazes portugueses desenvolvidos num contexto onde o designer ou o autor valorizaram o visionamento do filme e estabeleceram um diálogo direto com o cineasta corresponderam às melhores soluções projetuais. Esse processo metodológico utilizado por designers e autores como Manuel Guimarães, Armando Alves, Judite Cília, João Botelho, Henrique Cayatte, e Francisco Laranjo, ao partirem do visionamento do filme e da sua compreensão comunicando diretamente com Oliveira, afastou-se de determinados modelos standardizados de concepção do cartaz de cinema. Significa, então, que concretizaram cartazes mais comprometidos com as temáticas do cineasta” (2013, p. 81).

Após evidenciar o facto de os designers referidos terem privado com Manoel de Oliveira, serem conhecedores da sua obra, viverem no Porto e/ou se movimentarem nos mesmos círculos que ele, a autora continua:

“O facto do design desses cartazes representar a síntese pertinente relativamente aos aspectos gráficos como ao conhecimento do contexto do cinema português resulta, também, num período onde as soluções formais afirmaram de um modo mais coerente o ponto de vista do cineasta” (2013, p. 82).

Esta parceria com designers portugueses duraria até à década de 80, já que “a partir de *Os Canibais* (1988) verifica-se que as produtoras e as distribuidoras associadas aos filmes de Oliveira atribuíram a concepção do cartaz, preferencialmente, a cartazistas franceses de cinema entre os quais Jean-Marc Haddad, Yves Prince, Benjamin Baltimore, e Pierre Collier” (2013, p. 82). A autora destacou, no início da década de 90, os cartazes do designer português Henrique Cayatte para os filmes *A Divina Comédia* (1991) e *O Dia do Desespero* (1992), por considerá-los

“exceções gráficas perante um paradigma de cartaz de cinema difundido a partir do circuito de festivais de cinema em Cannes ou Berlim” (2013, p. 82). Este paradigma de cartaz assenta em modelos mais “standardizados” e previsíveis, que acabam por imperar não só no circuito dos festivais europeus de cinema mas também em Hollywood, de onde de resto estas composições “formulaicas” advêm, conforme nos diz Sam Sarowitz, na sua obra “Translating Hollywood”, que será analisada no sub-capítulo → 2.4. Documentos internacionais sobre cartaz de cinema, da presente dissertação:

“O que designamos como o paradigma do cartaz de cinema associado aos festivais de Cannes ou de Berlim corresponde à composição fotográfica a partir de fotogramas do filme e de fotografias dos atores principais, cuja escala pressupõe o seu destaque e a sua importância na obra bem como o seu mediatismo. Para além desta constante representação fotográfica a cores que apresenta os atores e as personagens, também se verifica a sistemática orientação central do título e do texto secundário” (2013, p. 82).

E esta é a realidade que hoje em dia se aplica aos cartazes que chegam às salas de cinema portuguesas, e não apenas no que diz respeito aos filmes de Manoel de Oliveira, embora aqui sejam eles os protagonistas, conforme nos diz a autora:

“De algum modo, os designers de comunicação ou criativos da ZON Lusomundo realizam um trabalho encomendado, pelo que, muitas vezes, são-lhes entregues imagens – fotogramas, fotografias de rodagem, hoje muito utilizadas nos cartazes e outros materiais de promoção do filme – e a montagem digital desses fragmentos acaba por ser quase imediata, tendo em conta um modelo estandardizado de cartaz de cinema que acaba por corroborar com o paradigma dos festivais de cinema que referimos acima” (2013, p.82).

A sua conclusão encerra com um apelo a uma estética uma no que diz respeito aos suportes de comunicação e promoção do filme:

“Torna-se assim necessário divulgar e contribuir para que a compreensão do projeto do cartaz de cinema promova uma interdisciplinaridade característica de uma noção de obra de arte total. Um planeamento e relação entre o projeto do cartaz, uso de tipos em separadores presentes no filme, o trailer, postais, dossier de imprensa e outros objetos de promoção do filme (2013, p.83).”

Esta abordagem holística, na óptica da autora, conduzirá a uma participação ativa por parte do espetador, que observa o cartaz e, posteriormente, o interpreta também à luz do conteúdo do filme em todas as suas componentes (som, guarda-roupa, banda sonora, cenários, personagens e diálogos):

“(...) este processo não se associa prioritariamente com o estabelecimento de cânones de representação do cartaz de cinema mas, muito mais significativamente, com um processo de comunicação que interage com o espectador e o leva, também, a participar num processo de significação” (2013, p. 83).

Teria sido importante especificar quando se verifica este “processo de significação” a que a autora se refere na reta-final da sua dissertação. Ele ocorre, num primeiro momento, antes de o espetador ver o filme, é certo, mas nessa altura ele nem sempre poderá saber até que ponto o cartaz se lhe adequa, ou extrair todo o seu significado (pode apenas realizar induções). Após a visualização do filme, irá o espetador voltar a olhar para o cartaz e a reinterpretá-lo tendo por base todo o filme (realizando, então, deduções acerca do seu conteúdo e arranjo gráfico)? Poder-se-á falar de dois momentos distintos no que diz respeito à análise de um cartaz de cinema: antes e depois de ver o filme que anuncia?

Apesar de esta ser uma investigação académica de cariz teórico, da qual resulta o conhecimento patente no documento da dissertação, é fácil imaginar a sua extensão para outros contextos que extrapolem o contexto académico em que foi realizado. A solidez da investigação realizada certamente confere uma base para desenvolvimentos futuros. Em termos metodológicos, o facto de a autora ter entrevistado os designers e o próprio Manuel de Oliveira, visualizado a filmografia do realizador, consultado os originais dos cartazes e visitado diversos locais e instituições constituem um exemplo do rigor e persistência para este projeto.

Em síntese:

Independentemente da qualidade ou do nível de sustentação da abordagem metodológica intrínseca a cada uma das três dissertações de mestrado consultadas, todas partilham de um fator comum: a limitação do campo de pesquisa em função de um determinado período de tempo e/ou de uma tipologia de cartaz. Por vezes verifica-se a subversão do discurso relativo ao design dos cartazes e à evolução da realidade estética no país, ao nível do design gráfico, em função da história do cinema.

Existe, portanto, uma lacuna ao nível do cartaz de cinema português em termos de uma análise mais generalista, lata em termos de baliza temporal mas também articulada com a disciplina do design, como a que Barbosa conduz no seu doutoramento, em relação ao cartaz em Portugal.

Parte II

2.4. Documentos internacionais sobre o cartaz de cinema

No universo português não foram encontradas quaisquer publicações, fora do contexto académico, dedicadas ao cartaz de cinema, apenas o texto de José de Matos-Cruz (1989), já abordado no sub-capítulo → 2.3.2 Cartaz de cinema. Assim sendo, o presente capítulo prende-se essencialmente com as publicações internacionais, maioritariamente editadas já no século XXI, no sentido de conhecer de que forma o cartaz de cinema foi apresentado e reproduzido: procurando convergências e disparidades entre elas; averiguando quais as informações facultadas relativamente a cada cartaz; quais os critérios de seleção adotados; e ainda saber qual o contributo do design editorial para a dinâmica das obras.

Quando falamos de publicações contemporâneas dedicadas ao cartaz de cinema, existem três autores recorrentes: Sam Sarowitz, Tony Nourmand e Graham Marsh, três entusiastas na área, com diferentes *backgrounds* académicos e profissionais, que, a título individual, em dupla, ou em trio, têm editado diversas obras dedicadas a este tema, geralmente com David Kehr a assinar os prefácios. São, regra geral, publicações generalistas, que procuram mostrar os cartazes mais icónicos, agrupando-os por ordem cronológica, por designer, realizador, género de filme ou país de origem do cartaz, como a seguir se poderá constatar.

³⁴ Judith Salavetz é autora e designer, sediada em Nova Iorque. É co-autora de “The Independent Movie Poster Book” (Harry N. Abrams Publisher, 2005). Juntamente com Spencer Drate organizou o primeiro evento artístico dedicado à arte discográfica, no One Club, em Nova Iorque.

Spencer Drate criou *packaging* para CD's de bandas mundialmente famosas, é um designer premiado e autor de várias obras.

Sam Sarowitz é o dono da Posterati (galeria nova-iorquina de cartazes de cinema) e colecionador de cartazes há mais de vinte e cinco anos. É co-autor de “The Independent Movie Poster Book” (2005) e “Translating Hollywood: The World of Movie Posters” (2008).

Dave Kehr é crítico de cinema. Já escreveu para o *Chicago Tribune*, *New York's Daily News* e *Film Comment*, entre outras publicações. Actualmente assina uma coluna semanal no *New York Times*. É colecionador de cartazes de cinema.

(tradução livre; Sarowitz *et al.*, 2008)

Uma das obras contemporâneas mais relevantes e desejadas por colecionadores e entusiastas de cartazes de cinema, “**Art of the Modern Movie Poster – International Postwar Style and Design**” é fruto de uma colaboração entre Judith Salavetz, Spencer Drate e Sam Sarowitz (2008), com prefácio de Dave Kehr³⁴. Este volume, com mais de 500 páginas e 1500 cartazes, representa uma extensa compilação dos mais famosos cartazes do cinema mundial desde o final da 2ª Guerra Mundial até ao início do século XXI.

Os capítulos do livro estão organizados de acordo com os países de origem dos cartazes, a saber: Polónia, Checoslováquia, Europa de Leste (Hungria, Roménia e Jugoslávia) e Rússia, Alemanha, França, Itália, Bélgica, Resto da Europa (Dinamarca, Finlândia, Espanha e Suécia), Japão, América Latina (Argentina, México, Cuba), Reino Unido e, finalmente, Resto do Mundo (Austrália, Canada, Hong Kong, Índia e Turquia). Cada capítulo começa com um texto introdutório acerca do respetivo país seguindo-se uma “exposição” dos cartazes, agrupados de acordo com a sua autoria, sendo também apresentadas biografias dos artistas mais relevantes. É fundamental referir que desta publicação não faz parte qualquer cartaz português nem é feita qualquer referência a Portugal.

A falta de representatividade do nosso país levanta algumas questões no contexto de uma mostra tão vasta de cartazes como a que esta publicação realiza: Portugal é dos poucos países da Europa Central/Ocidental a serem deixados de fora, juntamente com a Irlanda e Luxemburgo. Porque será que a produção cartazista na área do cinema não foi considerada relevante o suficiente para integrar esta recolha? Não teremos uma autoria suficientemente qualificada ou reconhecida?

É no decorrer destas biografias, ou mesmo nos textos de abertura de capítulo sobre os países, que ocasionalmente são tecidos breves comentários em relação a cartazes específicos mas, regra geral, não se realiza qualquer análise particularizada dos cartazes, nem é apresentada informação detalhada acerca dos mesmos, sendo só acompanhados de uma legenda composta pelo nome do filme, ano de execução, dimensões e autor. Uma particularidade interessante prende-se com o exercício “poster comparison”, que serve de separador entre capítulos, e que consiste na apresentação das várias versões de cartazes realizados para o mesmo filme em diferentes países. Apesar de



figura 26. Capa e pormenor da lombada de “Art of the Modern Movie Poster” (Sarowitz *et al.*, 2008). CDIR.

³⁵ Este exercício de comparação de cartazes através dos diferentes mercados de distribuição dos filmes havia já sido desenvolvido, de uma forma mais aprofundada, por Sarowitz em "Translating Hollywood: The World of Movie Posters" (2008), também analisado nesta investigação (ver página 59).



figura 27. Páginas de "Art of the Modern Movie Poster" (Sarowitz et al., 2008, p. 96-97). CDIR.

apenas serem colocados lado a lado, sem que nenhum texto (além das legendas) os acompanhe, compreende-se a pertinência em vê-los organizados desta forma e deixar que o leitor daí retire as elações que entender. Ao todo são comparados os cartazes de treze filmes, todos eles [filmes] sobejamente (re)conhecidos marcos na história do cinema mundial³⁵.

Esta obra deixa que efetivamente os cartazes sejam os grandes protagonistas. As reproduções apresentadas são imagens de ótima qualidade, impressas em papel couché de gramagem elevada, permitindo uma visualização aprazível dos cartazes. Além disso a capa dura com faixa, as generosas dimensões de 33,5cm x 28,5cm (e lombada de 3,5cm), que os aproximam um pouco mais daquele que seria o seu tamanho real, a vasta recolha de cartazes e a organização interna são elementos que comprovam o desenho e acabamento cuidado da publicação.



figura 28. Duas duplas páginas de "Art of the Modern Movie Poster" (Sarowitz et al., 2008, p.40-44) apresentando uma breve biografia e cartazes de Saul Bass. CDIR.

³⁶ Tony Nourmand é uma autoridade mundial no que diz respeito ao cartaz de cinema. Fundou a *Reel Poster Gallery* em Londres, foi consultor da leiloeira *Christie's*, comissariou exposições para o *Design Museum*, o *Institute of Contemporary Arts*, o *Victoria and Albert Museum* de Londres e o *Suntory Museum* no Japão. Está por detrás da construção de várias coleções públicas e privadas de cartazes de cinema. Fundou também a *R|A|P - Reel Art Press*, editora que publicou também: NOURMAND, Tonny – *James Bond Movie Posters: The Official Collection* (2003). NOURMAND, Tony; WOLFF, Mark H. – *Hitchcock Poster Art* (2000). NOURMAND, Tony – *Bill Gold: PosterWorks* (2010). E outros livros que, não estando diretamente ligados ao cartaz de cinema, abordam temáticas relacionadas com a história do cinema (Nourmand, 2013).

³⁷ Christopher Frayling é historiador cultural e crítico especializado em cultura moderna, locutor e professor universitário. Foi reitor do *Royal College of Art* e presidente do *Arts Council of England*. Em 2000 foi ordenado cavaleiro por “serviços prestados em prol da educação da arte e do design”. É autor de diversos livros ligados a este tema (Nourmand, 2013).

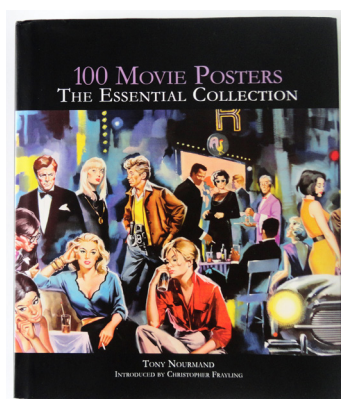


figura 29. Capa de “100 Movie Posters” (Nourmand, 2008). CDIR.

Uma das mais recentes publicações internacionais acerca do cartaz de cinema, “**100 Movie Posters – The Essencial Collection**”, constitui a lista dos cem cartazes favoritos do autor Tony Nourmand³⁶ (2013).

Em termos de conteúdos destacam-se o prefácio, da autoria de Sir Christopher Frayling³⁷, e o texto introdutório de Nourmand, ambos com um discurso muito orientado pelo prisma do colecionismo e do papel fundamental que os colecionadores têm desempenhado na defesa dos cartazes de cinema, na sua preservação e divulgação.

O prefácio constituiu uma reflexão crítica importante acerca do estado da arte da temática deste projeto. No primeiro parágrafo é perentório:

“The subtitle of *100 Movie Posters: The Essencial Collection* is well chosen, because it has been collectors rather than historians or curators who have, since the 1960s, done most to draw public attention to the importance of this particular area of graphic design” (2013, p. 14).

É feita uma exposição dos motivos que, segundo ele, estão na origem desta “negligência” face aos cartazes de cinema. Primeiro o complexo existente em relação a estes artefactos por parte de quem escreve sobre design gráfico: conforme o autor afirma, o design gráfico consiste em “formas puras de comunicação, em elementos formais, e não em vender um produto”, mas devido ao estigma de que, na dicotomia arte/publicidade, os cartazes de cinema pendem bastante para o lado da publicidade, muitos historiadores de design acreditam que eles mais não são do que criações “duvidosas”, saídas de uma estratégia meramente publicitária.

Depois é apontada a preferência pelos cartazes de “artes vivas” (teatro, performances, dança, música, ópera) nas exposições organizadas pelos museus acerca da temática do cartaz, sendo que os cartazes de cinema que foram, de facto, admitidos no “panteão”(citando o autor) são os que, de alguma forma, se inserem nos paradigmas dos movimentos artísticos, os “pedestais” (novamente citando o autor) do Expressionismo Germânico, o Construtivismo Soviético, Surrealismo ou Modernismo Americano (do qual é epítome o trabalho de Saul Bass para os filmes de Alfred Hitchcock e Otto Preminger), obtendo assim, pela arte, a validação necessária. Finalmente, a



figura 30. Pormenor da capa de “100 Movie Posters” (Nourmand, 2013), que utiliza a ilustração do cartaz italiano de *La Dolce Vita*, desenhado por Sandro Simeoni. CDIR.

figura 31. Dupla página de “100 Movie Posters” (Nourmand, 2013, p. 158-159), apresentado legenda e breve informação sobre o cartaz francês de *Pickpocket* (1959), desenhado por Christian Brouin. CDIR.



Tais adversidades fazem com que, nas palavras do realizador Clint Eastwood sobre os trabalhos do designer Bill Gold para os seus filmes, os cartazes de cinema ainda sejam “algo de subvalorizado” (2013, p. 9). São as licitações cada vez mais elevadas, em 2012 o cartaz de *Metrópolis* (filme realizado por Fritz Lang, em 1927), assinado pelo alemão Heinz Schulz-Neudamm, vendeu-se num leilão em Los Angeles por 920 000€ (PORTUGAL, Jornal Público, 2013), e a “sagacidade” dos colecionadores que têm dado visibilidade a este artefacto.

No que toca ao design, o autor explica que os critérios para valorização dos cartazes, na ótica dos colecionadores, há muito que já não se prendem com os meros “-ismos” do mundo da arte, indo antes ao encontro do tipo de critérios aplicados pelos *Key Art Awards*³⁸: “design excellence (imagery/ typography/ layout); eye appeal; creative appreciation of commercial goals; fidelity to the film’s storyline; arresting copy, enhancing the visual message” (ESTADOS UNIDOS, *Key Art Awards* Página Oficial, 2014).

³⁸ Os *Key Art Awards*, entregues anualmente pela revista *The Hollywood Reporter*, são os prémios mais reconhecidos na indústria do entretenimento para o sector da publicidade e comunicação. As categorias incluem cinema, televisão, *home entertainment* (lançamentos DVD e Blu-ray) e videojogos. A competição e a cerimónia são patrocinadas pelos prestigiados CLIO Awards. (ESTADOS UNIDOS, *Key Art Awards* - Página Oficial, 2014).

Frayling partilha, ainda, uma conversa que teve com Saul Bass, na década de 80, acerca do porquê de os cartazes de cinema não serem mais apreciados pelo público em geral e daquilo que seria um “bom cartaz de cinema”:

“His view was that the only issue which should count was whether or not the poster is an example of ‘good design’ – meaning not only the formal elements (though these of course play a key role), but also whether the design does the job well, is effective – interesting, challenging, questioning, involving or witty, depending on the campaign – and whether it distils the message in a direct, readable way. The kinds of poster we were discussing, he added, existed at the meeting-point of art, design and commerce, and there was no point in ignoring that” (2013, p. 10).

³⁹ Desde a infância, no Teerão, quando o tio de Nourmand o levava semanalmente às sessões de cinema, altura em que teve o primeiro contacto com os cartazes, passando depois pelo primeiro cartaz que comprou (um exemplar britânico de *Apocalypse Now*) e pela sua entrada no mundo do colecionismo que o levaria a tornar-se consultor para a leiloeira Christie's, curador de exposições e dono da *The Reel Poster Gallery*, que, nas palavras do próprio, apresentava este artefacto “como ele deveria ser apresentado – num espaço de galeria branco, com alguns cartazes seleccionados emoldurados nas paredes, escolhidos puramente pela qualidade estética do seu design”. Nourmand abandonaria a galeria em 2009 para fundar a *R|A|P - Reel Art Press*, uma editora dedicada essencialmente à publicação de obras de luxo que celebram não só os cartazes como toda a cultura do cinema (Nourmand, 2013, p. 13-17).

O prefácio termina com Frayling introduzindo o texto que se segue, de Tony Nourmand, o autor e colecionador responsável pela seleção destes cem cartazes, enfatizando a credibilidade e o entusiasmo deste na defesa dos cartazes de cinema³⁹. Relativamente à seleção de cartazes, Nourmand afirma:

“This book, then, is an attempt to finally give a more direct and thorough answer to that question, ‘What is my favourite poster?’ It has been a much harder task than I had anticipated. Even as we go to press, I cannot say with 100 per cent certainty that this is my definitive list and there are inevitably several posters that I am sad to have not been able to include. This selection is not based on The 100 Best, The 100 Rarest or The 100 Most Expensive. It is not based on posters for the 100 Best Films Ever Made. There are many important films missing from this list, including *Citizen Kane*, *Gone with the Wind* and *The Wizard of Oz*. There are whole genres missing, such as musicals and war films. There are also no posters for films from some of my favourite directors (...)” (2013, p. 17).

figura 32. Dupla página de “100 Movie Posters” (Nourmand, 2013, p.191-192), apresentado legenda e breve informação sobre o cartaz americano de *Rosemary's Baby* (1968), com arte de Philips Gips e design de Steve Frankfurt. CDIR.



Contata-se uma predominância absoluta de cartazes anteriores à década de 80, dos cem apenas três são posteriores a 1980, altura em que o carácter mais artístico e manual (ilustração/pintura/recorte/colagem) não tinha ainda dado lugar ao digital.

O seu testemunho, além do carácter mais pessoal, que é obviamente interessante para qualquer pessoa que partilhe deste gosto, oferece também um relato sucinto e objectivo dos principais marcos no que diz respeito ao mundo do colecionismo e dos leilões.

Finalmente, relativamente ao *layout* e acabamento da publicação: os cartazes são todos eles imagens de página inteira (páginas direitas), acompanhados de um texto mais ou menos breve – não mais do que meia página (páginas esquerdas) – fornecendo maior ou menor informação acerca do cartaz e do seu autor, do filme e do seu enredo, da autoria de Nourmand. Uma vez mais é utilizado papel de gramagem elevada, couché brilhante, com dimensões que se aproximam de um A4 (25cm × 29cm).

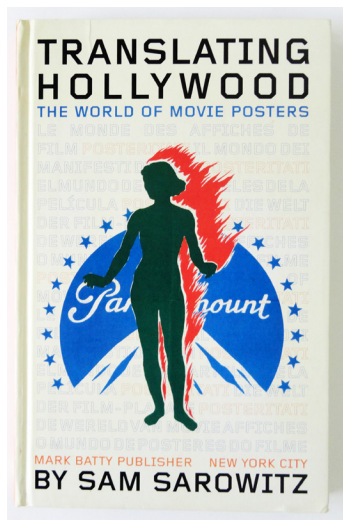


figura 33. Capa de “Translating Hollywood” (Sarowitz, 2008). CDIR.

“Translating Hollywood: The World of Movie Posters”, da autoria de Sam Sarowitz (2008) e com prefácio assinado por David Kehr, assenta, conforme o próprio título indica, na tradução/adaptação realizada nos cartazes de filmes vindos da mais influente indústria cinematográfica do mundo, Hollywood, aquando da sua distribuição e exibição noutros países.

Os Estados Unidos da América assumiram a hegemonia da produção cinematográfica após a I Guerra Mundial, altura em que o velho continente, berço do cinema, se encontrava destruído e onde o dinheiro, naturalmente, era canalizado para outras prioridades. Contudo, Hollywood compreendeu que, para maximizar os ganhos das sua produções, teria de “vendê-las” de acordo com os diferentes países e mercados onde chegavam. Enquanto numa fase inicial da indústria, os estúdios europeus utilizavam um mesmo cartaz para todo mundo, alterando apenas o título para a linguagem do país, Hollywood percebeu que capitalizar um filme passava também por adaptar esse cartaz aos diferentes públicos, o que levou a disparidades interessantes, objeto de estudo neste livro.

“The local campaigns for many well known films bear so little resemblance to one another that it’s sometimes hard to believe they are advertising the same movie. This book consists largely of images from the late 1950s on, as gathered by the poster dealer and connoisseur Sam Sarowitz. Represented are some of the best

known films in Hollywood (*Citizen Kane*) and world cinema (8 ½) canons. But here they appear behind unfamiliar faces, dressed up, as it were, in native costumes for the different countries they happen to visit” (2008, p. 8).



figura 34. Dupla página de “Translating Hollywood” (Sarowitz, 2008, p. 90-91), apresentado vários cartazes para o filme *The Trip* (1967). CDIR.

Assim, em Hollywood, o mercado esteve desde muito cedo assente numa cultura de fama, ostentação e veneração das suas estrelas. Já nos países de leste, ainda isolados face à cultura ocidental, as grandes estrelas de Hollywood não eram (re)conhecidas pelas audiências pelo que estampar os seus nomes e caras nos cartazes não era garantia de receitas nas bilheteiras. Os filmes muitas vezes chegavam anos após o seu lançamento, não eram sequer vistos pelos artistas que tinham de criar os cartazes, nem tão pouco os mesmos sabiam detalhes do enredo. Isto proporcionava uma maior liberdade e abstração no desenho dos cartazes, tanto em termos de imagética, como de tipografia e composição, dando-lhes uma maior plasticidade, um aspeto distinto e ainda hoje reconhecido e admirado por conhecedores destes artefactos.

“Posters designed for the US market almost always stand out because of their emphasis on stars, a tradition that began around 1912 when audiences began recognizing their favorite (and as yet, still anonymous) performers. This tradition, adapted to a greater or lesser degree around the world, was fiercely resisted in Eastern Europe, where the designers of Poland, Czechoslovakia, and other Soviet cliente states did not feel the same pressures to produce “commercial” images” (2008, p. 8-9).

⁴⁰ *Lost in Translation: 20 Baffling Foreign Movie Posters*
(ESTADOS UNIDOS, Cracked, 2009).

19 Foreign Movie Posters That Will Melt Your Mind
(ESTADOS UNIDOS, Huffington Post, 2010).

Não são também inéditas situações em que os cartazes desenvolvidos na Europa de Leste para filmes vindos de fora em nada se relacionam com estes. Vários artigos *on-line* apresentam recolhas de exemplos em que as disparidades são tantas que inevitavelmente os cartazes acabam por parecer “bizarros” quando se conhece o conteúdo do filme⁴⁰.

figura 35. Dupla página de “Translating Hollywood” (Sarowitz, 2008, p. 78-79), apresentado vários cartazes para o filme *Fantastic Voyage* (1966). CDIR.



figura 36. Pormenor das legendas dos cartazes em “Translating Hollywood” (Sarowitz, 2008, p. 78), a de *Fantastic Voyage* sem indicação de autor nem dimensões. CDIR.

Não se descurou, também, a reciprocidade desta ação, verificada sempre que filmes estrangeiros davam entrada para exibição nas salas norte-americanas. A título de exemplo é referenciado o filme *Der Schweigende Stern* (*The Silent Star*, 1960) de Kurt Maetzig, uma super produção da Alemanha de Leste, com direito a cartazes que na Polónia e URSS anunciavam o seu carácter épico, mas que no mercado americano foi vendido a uma distribuidora *drive-in*, renomeado *First Spaceship on Venus*, e publicitado como mais uma novela espacial juvenil entre inúmeras que na altura abundavam nas salas de cinema (2008, p. 6).

É importante a conclusão de que a imagética de um cartaz de cinema não era, pelo menos antes da globalização sem precedentes alcançada no virar deste século, transversal a todo o mundo, ou religiosamente fiel ao tom do próprio filme. O ênfase poderia recair mais sobre o nome dos atores, do realizador, da obra literária que inspirou o livro. A palavra escrita (tipografia) podia rivalizar ou até mesmo sobrepor-se à imagem. A imagem ou composição de imagens (personagens, objetos, locais) poderia



figura 37. Capa de “Movie Poster” (King, 2003). CDIR.

ser diretamente retirada do próprio filme ou quase desconexa em relação a este. O próprio cunho pessoal do designer/artista podia ser mais ou menos vincado. Por exemplo, os cartazes de Saul Bass, de Drew Struzman bem como os de alguns artistas da Europa de Leste são facilmente identificáveis.

“More than about selling a film, these posters from all over the world embody the cultural tendencies of the respective countries, making for fascinating case studies about how information is disseminated visually and digested, and the responses they generate” (2008, p. 9).

Em termos de *layout*, esta publicação de capa dura, possui 28,5cm x 18,2cm. As folhas são de papel couché, brilhante, de 160 g. Cada filme ocupa uma ou dupla página, sendo sempre comparados dois ou três cartazes. As diferentes versões são provenientes dos EUA, alguns países do centro e leste Europa (nenhum cartaz proveniente de Portugal), dois países da América Latina (Cuba e Argentina) e dois do oriente (Hong Kong e Japão). Os cartazes possuem uma legenda composta pelo nome do filme, ano do cartaz, dimensões, país e autor (quando conhecido). Um breve texto explicativo (máximo de 150-200 palavras), encabeçado pelo nome do filme, realizador e ano de lançamento, acompanha cada par ou trio de cartazes.

“**Movie Poster**”, de Emily King (2003), é um dos casos em que a mancha de texto, ainda que não dominando os cartazes, vai sendo constante ao longo de todo o livro. A autora, que segue uma estrutura cronológica na evolução da história do cinema e dos seus cartazes, divide o livro em quatro capítulos: *The Birth of Cinema*, *The Rise and Fall of the Studios*, *New Wave and Blockbusters* e *The Dawn of the Multiplex*.

A narrativa é ancorada em tópicos diversos (e dispersos) para os quais são apresentados cartazes, nomeadamente: realizadores, atores, movimentos cinematográficos, países, géneros de filme, designers (Saul Bass e Bob Peak são os únicos com referência “especial”) e parcerias entre designers e realizadores (Jim Jarmusch e Andrzej Klimowski, Pedro Almodovar e Juan Gatti, e Jean-Pierre Jeunet e Marc Caro). Com contextualizações sucintas em relação ao enredo dos filmes a análise do próprio cartaz é ensaiada mas nunca verdadeiramente aprofundada, sendo que a informação vai sendo repartida entre o corpo principal do texto e as legendas dos cartazes.



figura 38. Duplas páginas de “Movie Poster” (King, 2003), dedicadas a cartazes de filmes do realizador Ingmar Bergman (topo), da atriz Audrey Hepburn (centro) e da Polónia (baixo). CDIR.

RIGHT *Blade Runner*, Ridley Scott, 1982.
POSTER John Alvin, USA Alvin would have preferred to concentrate on the character played by Rutger Hauer, the powerful Teutonic android Roy Batty. However, marketing considerations prompted an alternative focus on rising superstar Harrison Ford as agent Rick Deckard.

figura 39. Pormenor de uma legenda em "Movie Poster" (King, 2003, p.168), a do cartaz de *Blade Runner* (1982). CDIR.

figura 40. Dupla página de "Movie Poster" (King, 2003, p. 168-169), dedicada a cartazes de filmes do realizador Ridley Scott: *Blade Runner: Perigo Eminente* (1982) e *Alien: o 8º Passageiro* (1979). CDIR.



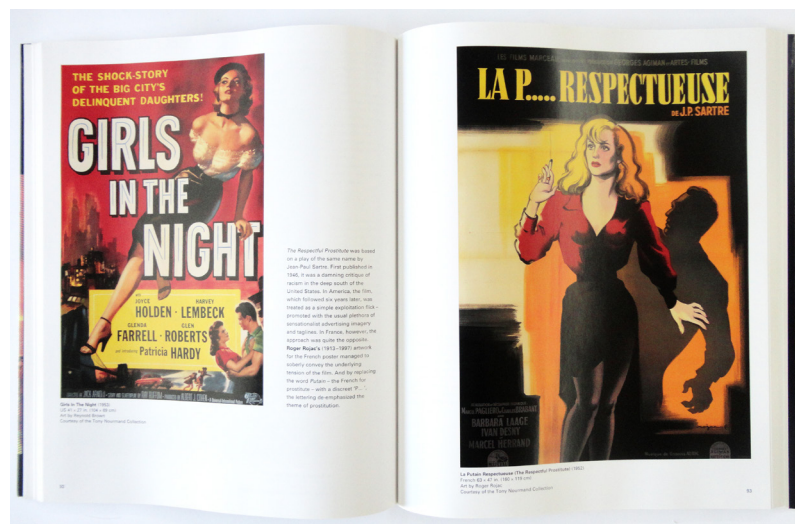
O livro de 224 páginas, de capa dura, é impresso em papel chouché brilhante, de 200 g. (estimativa), e mede 22cm x 28,5cm. Sublinha-se que nenhuma referência é feita a filmes ou cartazes portugueses.

Não obstante o facto de ser necessário adquirir cada um dos fascículos para se obter a coleção completa, "Film Posters" de Tony Nourmand e Graham Marsh (2006-2007) representa uma mostra extensa de cartazes, a maioria provenientes da colecção privada de Nourmand. Cada um dos volumes, corresponde a uma década, possuindo 128 páginas, e os volumes "Science Fiction", "Horror" e "Exploitation" têm 192 páginas cada e são dedicadas a tipos específicos de filmes/cartazes.



figura 41. Capa de "Fim Posters: Exploitation" (Nourmand; Marsh, 2007). CDIR.

figura 42. Dupla página de "Fim Posters: Exploitation" (Nourmand; Marsh, 2007, p. 92-93), com cartazes de *Girls in the Night* (1953) e *La Putain Respectueuse* (1952). CDIR.



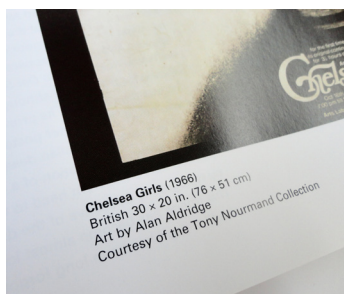


figura 43. Pormenor de uma legenda em “Film Posters: Exploitation” (Nourmand; Marsh, 2007, p. 39), a do cartaz de *Chelsea Girls* (1966). CDIR.

Os livros agrupados por década consistem na apresentação contínua de cartazes, concentrando-se o texto na parte introdutória do livro, enquanto os livros por temática apresentam no seu *layout* uma coluna de texto nas páginas esquerdas (correspondente a cerca de ¼ da página) de cada dupla página, cuja narrativa vai acompanhando, lado a lado, os cartazes que ocupam o restante espaço, sempre em generosas dimensões. A capa é mole, com abas, sempre de fundo preto e exibindo um tríptico de cartazes, um formato próximo do que seria uma revista. São livros impressos em papel couché, brilhante, de 200g. (aprox.), medindo 24,5cm x 30cm.

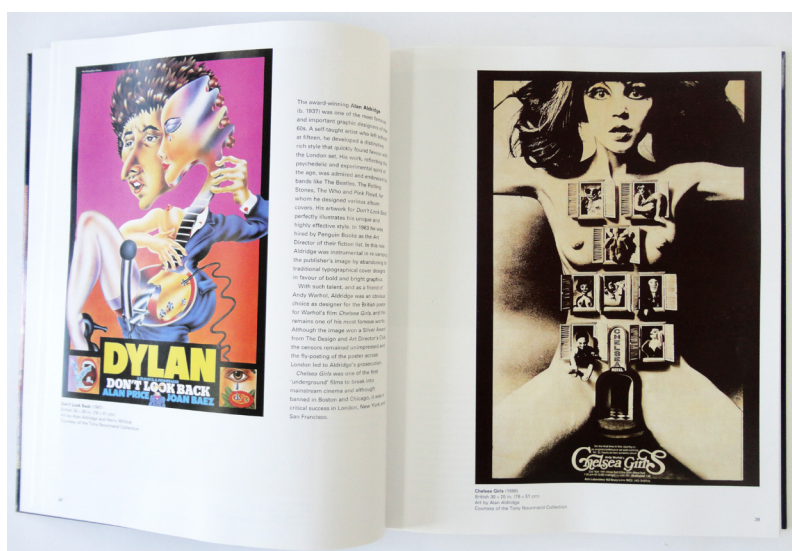


figura 44. Dupla página de “Film Posters: Exploitation” (Nourmand; Marsh, 2007, p. 38-39), com cartazes desenhados por Alan Aldridge para *Don't Look Back* (1967) e *Chelsea Girls* (1966). CDIR.

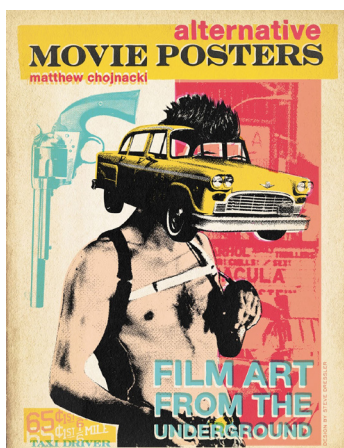


figura 45. Capa de “Alternative Movie Posters: Film Art from the Underground” (Chojnacki, 2013). CDIR.

Matthew Chojnacki (2013) compila em “**Alternative Movie Posters: Film Art from the Underground**” cerca de duzentos cartazes alternativos, desenvolvidos por mais de uma centena designers para os seus filmes favoritos.

Cada designer conta com um ou dois cartazes selecionados, sendo ainda inserida informação adicional relativamente ao seu background, inspirações e ferramentas de trabalho em campos denominados como *behind the posters*, *influences*, *favorite film/genre*, *first film* ou *preferred medium*, inseridos na parte inferior das páginas, sendo estas ocupadas em grande parte pelos cartazes e pela identificação dos seus autores, na margem exterior. O livro, de 22,5cm x 28,7cm, conta com 160 páginas, capa dura, com papel couché brilhante, de 200g (aprox.). É uma publicação interessante por apresentar alternativas aos cartazes ditos “convencionais”, onde o desenho vectorial, a ilustração

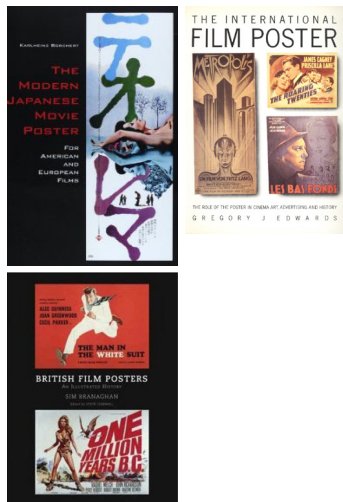


figura 46. Capas de "The Modern Japanese Movie Poster" (Borchert, 2013), "The International Film Poster" (Edwards, 1989) e "British Film Posters" (Branaghan; Chibnall, 2006). CDIR.

(manual, digital e/ou combinada) e o uso de diversas técnicas de composição, aliadas à presença de *layouts* mais experimentais, acabam por resultar muitas vezes em cartazes visualmente e graficamente estimulantes, constituindo verdadeiras homenagens aos filmes que lhes servem de inspiração. Dos cartazes mais minimalistas aos mais complexos e elaborados, o cunho pessoal do designer acaba por estar muito patente devido ao facto de estes cartazes terem sido feitos por recreação ou então comissariados, não obedecendo, na grande maioria dos casos, às restrições que os grandes estúdios e as distribuidoras imporiam para um circuito comercial.

Outras obras acerca do cartaz de cinema foram consultadas, que aqui não serão alvo de uma análise tão aprofundada mas cuja consulta não deixa de ser recomendada para uma compreensão ainda mais abrangente e completa acerca deste tema, nomeadamente: **"The International Film Poster: The role of the poster in cinema, art, advertising and history"** de Gregory J. Edwards, (1989) uma publicação seminal pela abordagem, que mais do que falar do aspecto gráfico dos cartazes ou da sua ligação aos filmes, procurar rastrear esta ligação entre o design e a publicidade, por vezes negligenciada por quem historia o cartaz de cinema sob o ponto de vista da arte e do design; **"British Film Posters: An Illustrated History"** de Sim Branaghan e Stephen Chibnall (2006) e **"The Modern Japanese Movie Poster: for American and European Films"** de Karlheinz Borchert (2013), o primeiro dedicado à história dos cartazes britânicos de cinema e o segundo focado exclusivamente nas adaptações dos cartazes ocidentais ao mercado japonês.

Em síntese:

Após uma análise das publicações mais atuais disponíveis no mercado de vendas dedicadas ao cartaz de cinema foi possível traçar alguns pontos de convergência e verificar que existem padrões que se repetem, ao nível da sua abordagem.

Estas funcionam, na sua maioria, como “catálogos” de cartazes, que se iniciam com um prefácio e/ou texto introdutório (que de facto são contributos para um conhecimento da história deste artefacto), seguindo-se depois uma mostra de cartazes, mais ou menos extensa e diversificada consoante a publicação, onde escassa informação é adicionada (para além do título do filme, ano e autor do cartaz) e, quando o é, acaba por dizer respeito ao enredo do filme ou à sua promoção, eventualmente dados biográficos acerca dos realizadores, dos atores ou dos designers, informação que já existe em diversos locais mas que aqui é compilada para contextualizar o leitor.

Ao nível do projeto de design que deu origem aos cartazes, este acaba por não ser aprofundado porque, na maior parte dos casos, o designer já não é vivo ou o seu testemunho não é procurado por quem elaborou o livro.

Em termos de *layout* e acabamentos, regra geral estas dimensões possuem dimensões que se aproximam ou superam as do formato A4, por vezes de capa dura, com um miolo de papel couché brilhante, de elevada gramagem, que assegura uma reprodução de qualidade dos cartazes. É frequente a reprodução de imagens em meia página ou página inteira e nunca miniaturas ou imagens de dimensão muito reduzida. A mancha de texto ao longo do corpo da publicação nunca é muito densa, sendo os textos mais longos apresentados logo no início ou eventualmente na introdução de capítulos. A qualidade dos acabamentos, as generosas dimensões e o preço a rondar os 30€/40€ fazem com que algumas destas publicações se possam considerar livros “de mesa”.

Tendo em atenção estes fatores, o presente projeto de investigação procura não uma ruptura completa com este tipo de publicações, mas antes a identificação dos aspectos que se entendem ser os mais positivos na sua conceção (nomeadamente a reprodução das imagens num tamanho generoso, o cuidado nos acabamentos) e aliá-los a uma camada de informação mais

profunda acerca do projeto de design que esteve na origem dos cartazes. A forma como a informação (texto e imagem) é disponibilizada aos leitores, pretende criar uma diferenciação face às edições convencionais, de forma a potenciar o entendimento/ conhecimento afeto ao filme anunciado.

Poder-se-á afirmar que o projeto de investigação pretende acrescentar significado e uma nova dimensão à experiência ou “uso” do cartaz.

2.5. Exemplos de visualidade no design editorial

visualidade s. f. (do lat. *visualitate*-). Vista. || Aspecto, cambiante. || Miragem (SLP, 1989, p. 557).

⁴¹ A definição encontrada no *Grande Dicionário da Língua Portuguesa* (SLP, 1989, p. 557) aparece replicada na maioria dos dicionários consultados na Biblioteca da UA. A definição do *Dicionário Houaiss de Língua Portuguesa* (Instituto António Houaiss de Lexicografia, 2003, p. 3721) é a única que se aproxima da forma como a visualidade é encarada no contexto da presente investigação.

visualidade s.f. (aXX cf. AGC) **1** qualidade ou estado de ser visual ou visível; visibilidade **2** imagem mental ou pictórica; visualização
 O ETIM lat. *visualitas, ātis* ‘vista, sentido da vista’; ver vid- O ANT
 invisualidade (Instituto António Houaiss de Lexicografia, 2003, p. 3721)⁴¹.

No contexto desta investigação entendeu-se por visualidade a capacidade de incutir uma dinâmica visual ao projeto editorial para além da convencional impressão em papel, permitindo que alguns cartazes excedessem a bidimensionalidade a que inevitavelmente estão “confinados” nas publicações anteriormente analisadas. Neste sentido são apresentados um total de cinco exemplos que funcionaram como estudos de caso para uma mediação ente o que seria uma publicação convencional sobre cartazes de cinema e o projeto editorial desenvolvido no capítulo → 3.3. Projeto editorial: *100 anos de design no cartaz de cinema português: 1912 - 2012*. Estes estudos de caso revelam de que forma esta visualidade poderá “contaminar” um suporte impresso sem, no entanto, se apoderar por completo dos seus programas e funcionalidades.

⁴² O primeiro número chegou às bancas em Março de 2005, tendo sido até agora publicados cinquenta e cinco números.

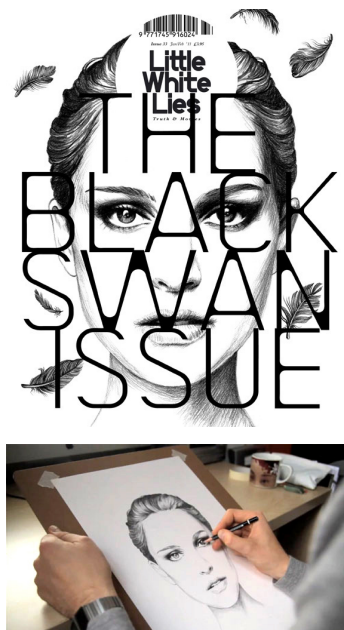


figura 47. Capa do número 33 da “Little White Lies”, *The Black Swan Issue* (2010), e o desenho que lhe deu origem.

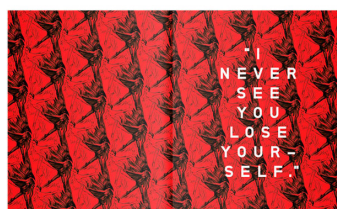


figura 48. Lettering e padrão desenvolvidos para o número 33 da “Little White Lies”, *The Black Swan Issue* (2010).

Considerada pelo jornal *The Guardian* “a revista de cinema mais bem desenhada nas prateleiras” (REINO UNIDO, *The Guardian*, 2013), a “**Little White Lies**” é uma revista britânica de cinema bimestral⁴².

Distingue-se das outras publicações no mercado pela forte aposta ao nível do design editorial. Cada número é dedicado a um filme em particular (filmes atuais, já em exibição ou prestes a chegar às salas de cinema), sendo o número designado de *The [nome do filme] issue*. A capa (por norma ilustrada com a cara do protagonista do filme) e o miolo são reinterpretados a cada nova edição, de maneira a transmitir uma certa estética inspirada pelo filme, coerente da primeira à última página. Todas as edições apresentam um novo *layout*, separadores, ilustrações, cabeçalhos, tipografia, padrões e outros elementos gráficos desenvolvidos com base no filme retratado. Em termos de conteúdos editoriais encontram-se sempre, por esta ordem: entrevistas ao realizador e/ou atores do filme de capa; artigos que gravitam em torno do mesmo e das temáticas associadas; e, ainda, uma secção de críticas a vários filmes e textos diversos.

Uma revista de cinema que se recusa à standardização e que se reinventa a cada número em termos de design editorial não pode deixar de constituir uma referência para a presente investigação. Na “Little White Lies”, conteúdo (cinema) e a forma (design) são calibrados de uma forma bastante criativa e apelativa para o leitor, ao longo de aproximadamente cem páginas, num formato cómodo de 20cm x 24,5cm, e com bons acabamentos.





figura 49. Diversas capas da revista "Little White Lies" (2011 - 2014).



⁴³ Katsumi Komagata nasceu no Japão em 1953. Depois de uma passagem pelos EUA, onde desenvolveu trabalho na área do design gráfico e *packaging* para a CBS e o Schechter Group, em Nova Iorque, regressou à terra natal e, em 1986, fundou a editora One Stroke. A colaboração com a associação francesa Les Trois Ourses (dedicada à difusão de livros artísticos junto de crianças e jovens) possibilitou a disseminação de exposições, *workshops*, distribuição e publicação dos seus trabalhos. Recebeu o *Bologna Ragazzi Mention Award* em 2000 e 2010. E o *Good Design Award* em 2006 e 2007 (JAPÃO, One Stroke, 2014).



figura 50. Imagens de “The Sound Carried by the Winds” e “A Cloud” (Katsumi Komagata, 2005 e 2007). (JAPÃO, One Stroke, 2014).

Numa abordagem mais plástica e tridimensional ao design editorial, os livros infantis do japonês **Katsumi Komagata**⁴³ constituem um exemplo de como o recorte e o recurso a várias *layers* de papel podem dinamizar em termos tácteis e visuais um livro ilustrado sem que este, no entanto, perca uma aura minimalista, característica de uma estética muito japonesa, que neste autor e designer assume um carácter mais lacónico.

Em obras como “Little Tree” (2009), “Blue to Blue” (2011), “A Cloud” e “Plis et Plans” a cor (por norma só são utilizadas cores sólidas) e também a luz e a sombra são exploradas na criação de ritmos e ambientes, sendo que o texto ou é inexistente ou se resume a poucas frases/palavras soltas. A técnica do *pop-up* também é frequente utilizada. Por norma, os livros possuem entre 30 a 60 páginas, num formato retangular ou quadrangular em que as dimensões variam entre os 10 e os 30 centímetros de altura/largura.



figura 51. Imagens de “Blue to Blue” e “Tears” (Katsumi Komagata, 2011 e 2012). (JAPÃO, One Stroke, 2014).



figura 52. Capa, contra-capas e miolo de “For Browsing Only” (SINGAPURA, A Beautiful Design, 2011).

figura 53. Capa de “For Browsing Only” (A Beautiful Design, 2011): várias folhas de papel rasgado, criam uma textura de interpretação ambígua onde montanhas escarpadas, terra, madeira e água se misturam. (SINGAPURA, A Beautiful Design, 2011).

“**For Browsing Only**”, consiste num catálogo que apresenta e que documenta o projeto homónimo, da autoria do atelier tailandês A Beautiful Design (2011).

Apesar de aqui aparecer referenciado como exemplo de visualidade principalmente pela sua icónica capa, esta publicação dá conta de um projeto assente na ideia de desconstruir livros que nunca chegaram a sair das prateleiras das livrarias. Os livros não vendidos serviram de tela branca e foram desconstruídos e reinterpretados por quarenta e cinco designers, que, nas duas edições do projeto, os transformaram em candeeiros, mesas, mochilas, instalações artísticas, novos livros e artefactos, respondendo desta forma à pergunta que deu o mote para o projecto: *What happens to unsold books?*.

Num inteligente *twist* final, este livro também não poderá ser vendido: as 300 cópias impressas circularão por livrarias e ateliers do mundo inteiro, com um percurso documentado, dando assim a conhecer o projeto a quem aceder à publicação, advindo daí o título “For Browsing Only” (“Apenas para Exibição”, numa tradução livre).





figura 54. Imagens de "Inside/Outside" (PORTUGAL, Behance: Perfil de White Studio, 2013).

"**Inside/Outside**" é um projeto editorial dedicado à vida e carreira do designer português Eduardo Aires, da autoria do mesmo e do seu *atelier*, o White Studio (design de Jorge Amador, *art direction* de Eduardo Aires, 2013). Este livro não só é uma compilação dos seus projetos mais proeminentes, como também uma reflexão acerca do seu processo criativo e uma análise do cenário cultural no design de comunicação português.

A dicotomia entre o interior (ideias, conceito) e o exterior (aspecto, design), é explorada através de diversas *layers* de significado, levando o leitor a descobrir ele próprio imagens, textos e pensamentos ocultos, dinamizando assim a sua interação com o artefacto.

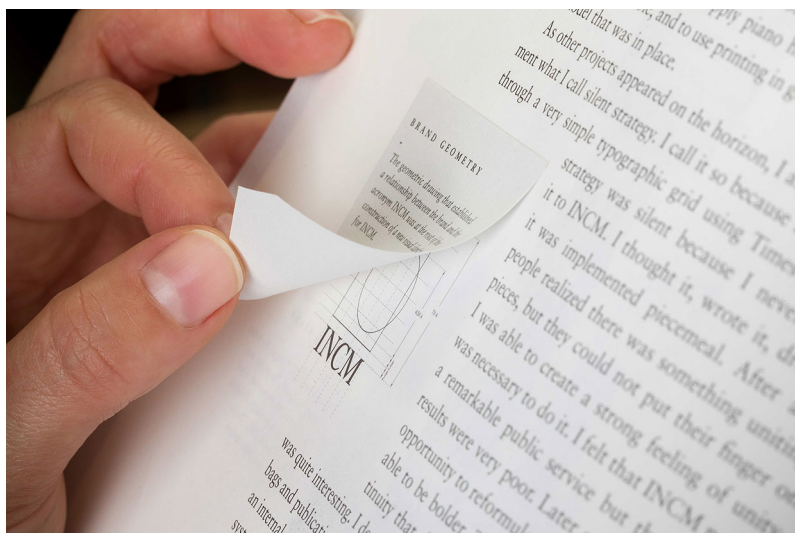


figura 55. Capa e pormenor de sticker autocolante em "Inside/Outside" (PORTUGAL, Behance: perfil de White Studio, 2013).

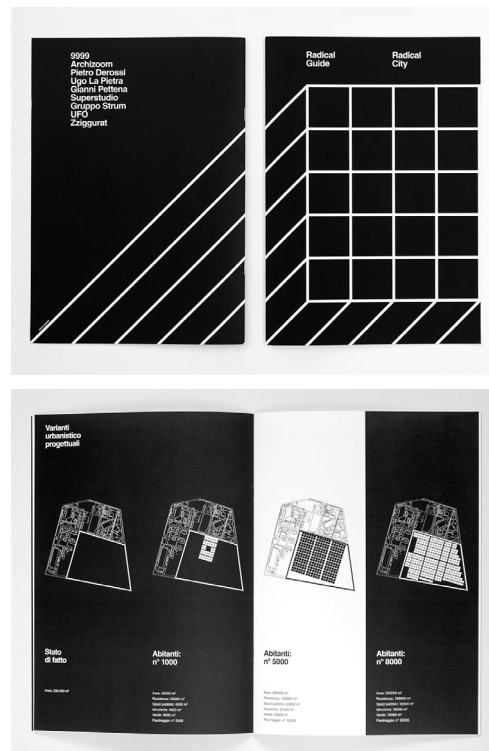


figura 56. Imagens de “Utopia & Comunità: Antologia” (ITÁLIA, Artiva Design, 2009).

figura 57. Imagens de diversos projetos (ITÁLIA, Artiva Design, 2010 - 2012).

A **Artiva Design** é um atelier multidisciplinar de design localizado em Génova, Itália. Foi fundado em 2003, por Daniele de Batté e Davide Sossi.

Com enfoque nas áreas do design gráfico, *branding* e comunicação visual, o atelier desenvolve uma linguagem muito própria, pautada pela utilização de rigorosas grelhas de construção que depois se articulam com a presença ou ausência de elementos gráficos, sendo que a tipografia (Helvetica é a fonte tipográfica de eleição, na maioria dos seus projetos) desempenha também um papel preponderante, convertendo-se muitas vezes em imagem gráfica, em virtude das composições e arranjos criados.



**III. 100 anos de design no cartaz de cinema
português: 1912 — 2012**

3.1. Conversas à volta do cartaz de cinema português

Após se ter efetuado uma apresentação dos designers entrevistados, explicados os motivos pelos quais se entendeu que seria proveitoso dialogar com os mesmos e o modelo como foram estruturadas as entrevistas, em termos de abordagem metodológica do projeto⁴⁴, importa agora especificar qual o seu contributo para uma compreensão do atual panorama do cartaz de cinema português. Acerca deste tema, Luís Alegre, diretor criativo da *Ideias com Peso*, afirma que:

(...) Nós não chegamos a ter uma indústria do cinema e isso é um problema, porque, na realidade, na indústria americana, ou noutra, francesa, italiana etc., a verdade é que muitas dessas coisas [material promocional do filme] não são preocupação do realizador. O realizador pede um bom cartaz e é-lhe apresentada uma equipa que vai desenvolver o cartaz. É preciso um genérico e há pessoas que vão fazer o genérico (...) isso nunca chegou a existir cá de uma maneira consistente" (Ramos, 2014a).

Outros produtores e realizadores partilham desta opinião, tendo sido lançada, num artigo⁴⁵ do jornal Público, em Setembro de 2013, a discussão relativamente à pertinência de se criar uma cerimónia de atribuição de prémios (Prémios Sophia, atribuídos desde 2013 pela Academia Portuguesa de Cinema), numa indústria que, fruto da crise orçamental e dos sucessivos cortes

⁴⁴ Ver subcapítulo → 1.3.3. Entrevistas.

⁴⁵ *Prémios Sophia: "Ridículos" ou o reconhecimento que faltava?* (PORTUGAL, Jornal Público, 2013).

na área da cultura, se encontra praticamente paralizada no que diz respeito a apoios estatais à produção de filmes (PORTUGAL, Jornal Público, 2013).

Encomenda dos cartazes

Os testemunhos dos entrevistados convergem relativamente à forma como os projetos para a criação dos cartazes lhes são entregues: na grande maioria dos casos o convite surge fruto de uma relação de proximidade para com algum elemento da equipa de produção do filme, ou então, através da recomendação por parte de amigos mútuos.

"Surgiu como uma relação de amizade, a génese está aí" refere Luís Alegre, relativamente à parceria entre o realizador João Pedro Rodrigues, João Rui Guerra da Mata (colaborador habitual de Rodrigues em vários projetos cinematográficos) e a agência *Ideias com Peso*. Embora Rodrigues e Guerra da Mata não procurassem objetivamente alguém para executar o material promocional dos seus filmes, ao conhecerem o trabalho de Alegre lançaram-lhe o convite. A parceria, iniciada em 2009, com o cartaz de *Morrer como um Homem*, tem-se mantido nas curtas e longas metragens de ambos, e veio dar resposta a algumas lacunas e carências técnicas que João Rui Guerra da Mata, elemento da dupla mais preocupado com as questões gráficas, sentia (Ramos, 2014a).

No caso de Joana Linda, a designer refere que o primeiro cartaz que desenvolveu foi o de *Rafa*, curta metragem de João Salaviza, em 2012. Os dois conheciam-se e, embora não fossem amigos próximos, existia uma afinidade em termos de interesses e estética. O realizador conhecia o trabalho fotográfico de Joana e convidou-a para tirar fotografias da produção do filme e a executar o cartaz, que confessa ter tido boa receção por parte do público. Outros realizadores para cujos filmes desenvolveu cartazes, entre os quais se encontram Cláudia Varejão, Mariana Gaivão (amiga de João Salaviza) e Carlos Conceição, fazem parte do seu "círculo de amizades dentro do cinema português" (Ramos, 2014b).

Também Henrique Cayatte corrobora esta realidade:

"As encomendas dos poucos cartazes que fiz para cinema vieram sempre, de uma ou de outra maneira, da coincidência de dois factores: os realizadores ou produtores conhecerem o meu trabalho e me conhecerem pessoalmente" (Ramos, 2014).

Cayatte conhecia Paulo Branco, produtor de Manoel de Oliveira nos filmes *A Divina Comédia* (1991) e *Dia do Desespero* (1992), para os quais o designer desenvolveu os cartazes, tendo partido dele a encomenda. Também a relação de amizade entre Cayatte, o realizador Luís Filipe Rocha, e o produtor Tino Navarro, estaria na origem dos cartazes para *Amor e Dedinhos de Pé* (1992) e *Sinais de Fogo* (1995). O designer acrescenta ainda ter conhecimento de outras relações de amizade que se traduziram em alguns cartazes: como o de *Deus Pátria Autoridade* (1976), filme que Rui Simões realizou e cuja autoria do cartaz pertence a José Brandão; e os de *Belarmino* (1964) e *Os Demónios de Alcacer-Kibir* (1976), fruto da amizade de João da Câmara Leme com os respetivos realizadores: Fernando Lopes e José Fonseca e Costa (Ramos, 2014).

Mesmo em relação à situação atual, e referindo-se agora aos cartazes das curtas que visualizou mais recentemente, no Festival de Curtas de Vila do Conde, onde o seu filho, Simão Cayatte, realizador, participou, Cayatte afirma:

"Somos um país muito pequenino (...) percebe-se que a geração destas imagens, destes cartazes, é muito aleatória, funciona muito de acordo com o círculo de amigos do próprio ou da equipa" (Ramos, 2014).

Já a designer Judite Cília, tendo trabalhado no Instituto do Cinema Português e na Cinemateca Portuguesa enquanto designer, também possuía um vasto leque de conhecimentos e amizades na área do cinema português. Além disso o seu marido, Luís Cília, músico, autor e compositor, foi responsável por várias bandas-sonoras de diversos filmes nacionais ao longo dos anos.

Processo criativo

Todos os designers entrevistados afirmam que o processo se inicia com a visualização do filme, embora Joana Linda e Henrique Cayatte ressalvem que esta nem sempre corresponde ao *final cut* do filme, sendo por vezes disponibilizada uma versão de trabalho.

No que toca à conceção do cartaz, e segundo Luís Alegre, João Rui Guerra da Mata (diretor artístico em *Morrer como um Homem*, de 2009, e co-realizador em *A Última Vez que Vi Macau*, 2012) privilegia muito a questão gráfica. É com ele que o designer vê o filme e decide como será o cartaz. "Trabalhamos mesmo os dois,

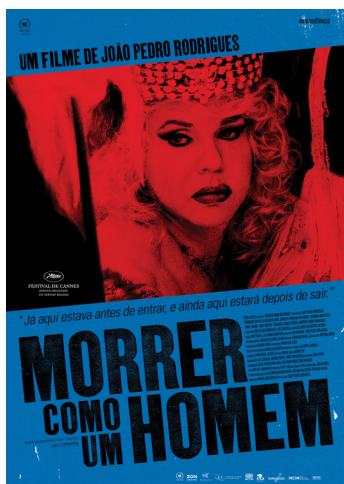


figura 58. Cartaz de *Morrer como um Homem* (2009), filme de João Pedro Rodrigues, design de Luís Alegre, *Ideias com Peso*.
Arquivo Digital *Ideias com Peso*.



figura 59. Cartaz de *Rafa* (2012), filme de João Salaviza, design de Joana Linda.
Arquivo Digital de Joana Linda.

lado a lado. É um trabalho a quatro mãos, em conjunto", afirma. Geralmente as ideias acabam por ser coincidentes e não existe grande esforço na procura de um meio-termo. Contudo, João Pedro Rodrigues, realizador dos dois filmes, também "é um bom cliente", ainda que Alegre denote que a presença da cor vermelha, tanto nos cartazes, como nos genéricos dos filmes, é fruto de um desejo daquele realizador - "tem a ver com o João Pedro, é uma ideia do João". Tanto Rodrigues como Guerra da Mata são "muito perfeccionistas", "os cartazes são vistos e revistos" (Ramos, 2014a).

Relativamente à imagética do cartaz de *Morrer como um Homem* (2009), o designer refere que a imagem do protagonista, embora sendo originalmente a cores, foi "tintada" de vermelho, em alusão a algumas cenas do filme em que o realizador aplicou também um filtro vermelho profundo. A tipografia do título resulta da digitalização de carimbos feitos com recurso a xilotípia. A tipografia adicional e os "rasgos" brancos foram adicionados posteriormente. Já os logótipos dos patrocinadores, apresentados em branco, e não se encontrando "anexados" no fim do bloco de créditos, como é frequente acontecer em diversos cartazes, ganham uma visibilidade que Alegre confessa ser propositada e desejo do realizador (Ramos, 2014a).

Ao contrário de Alegre, que trabalha exclusivamente com João Pedro Rodrigues e João Rui Guerra da Mata, Joana Linda, tendo colaborado com maior número de realizadores, identifica também diferentes abordagens. Alguns apresentam-lhe uma ideia muito clara do que esperam do cartaz, outros concedem total liberdade criativa. A título de exemplo, João Salaviza expressou a vontade de que o protagonista da sua curta metragem, *Rafa* (2012), marcasse presença no cartaz, tendo pedido a Joana que fotografasse o actor Rodrigo Perdigão e depois concretizasse o arranjo gráfico para o cartaz, conforme já se referiu. Por vezes o cartaz constrói-se em torno de um *still* já existente, outras a partir de uma ilustração (digital), como aconteceu nos cartazes de *É o Amor* (2013), de João Canijo, e *A Minha Banda e Eu* (2012), de Inês Gonçalves e Kiluanje Liberdade. No cartaz de *Cativeiro* (2012), de André Gil Mata, a designer recorreu a desenhos da sua avó, que posteriormente tratou com recurso a ferramentas digitais. Joana Linda reconhece o meio digital como aquele que privilegia e a que recorre, praticamente de forma exclusiva, para a execução dos seus cartazes (Ramos, 2014b).

Por seu lado, a designer Judite Cília entregou, por diversas vezes, propostas que foram resultado de uma expressão exclusivamente sua, sem interferência por parte do realizador. Confessa que se alguns cartazes foram de execução rápida, como o de *O Outro Teatro ou As coisas pertencem a quem as torna melhores* (1978), filme da Cinequanon, outros, como aconteceu com *Francisca* (1983), de Manoel de Oliveira, consumiram mais tempo e recursos. Este cartaz em particular recorre à serigrafia e à aplicação da cor dourada, algo que não é comum em cartazes de cinema. A designer recorreu por diversas vezes ao recorte e à colagem de figuras e elementos, ou então ao seu tratamento em termos de contrastes e saturação recorrendo a sucessivos testes de digitalização e impressão. A tipografia era aplicada usando o decalque de caracteres Letraset. Relativamente à apresentação da proposta final, esta consistia de um exemplar e ideia únicos, ou de dois ou três, distintos entre si.



figura 60. Identificação da casa de impressão, mês, ano e tiragem, no cartaz de *Amor de Perdição*, 1943. Arquivo da BNP.

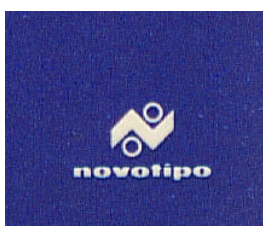


figura 61. Identificação apenas da gráfica no cartaz de *Crónica dos Bons Malandros*, 1984. Arquivo da Coleção Madeira Luís, UA.

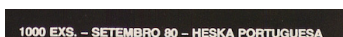


figura 62. Identificação da tiragem, mês, ano e gráfica no cartaz de *Cerromaior*, 1980. Arquivo da Coleção Madeira Luís, UA.

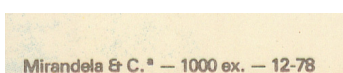


figura 63. Identificação da gráfica, tiragem, mês e ano de impressão no cartaz de *A Fuga*, 1978. Arquivo da Coleção Madeira Luís, UA.

Tiragem, data e local de impressão

A indicação da tiragem, da data e local de impressão dos cartazes constituem elementos que foram gradualmente desaparecendo dos limites dos cartazes, onde era frequente a sua colocação.

Acerca da indicação da tiragem Barbosa constata que:

"A presença desta informação foi encontrada pela primeira vez na amostra a partir da década de 30 (...). Presumivelmente, esta iniciativa ocorreu com o Estado Novo, para controlar o número de exemplares impressos" (Barbosa, 2011, p. 367).

Avançando seis decénios, e embora referindo-se em específico aos cartazes políticos dos anos 90, Barbosa constata que "que essa informação passou a ser considerada pouco importante na impressão de cartazes" (2011, p. 374). Depreende-se que esta realidade se estende a outras classes de cartazes, uma vez que também nos de cinema ela deixou de estar presente.

Um aspeto onde se denota uma diferença clara, fruto da passagem dos anos e da evolução do panorama do cinema nacional, corresponde ao número de exemplares por tiragem. Se noutras décadas estas tiragens se fixavam nos 500, 1000 ou até mesmo 1500 exemplares (sendo estas as quantidades que mais recorrentemente se observou nos cartazes consultados), nos dias se hoje, segundo testemunhos de Linda e Alegre, as mesmas são bastante mais limitadas, consistindo apenas em algumas

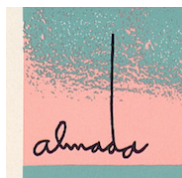


figura 64. Identificação da autoria de Almada Negreiros no cartaz de *A Canção de Lisboa*, 1933. Arquivo da Coleção Madeira Luís, UA.



figura 65. Identificação da autoria de Américo Leite Rosa no cartaz de *O Pai Tirano*, 1941. Arquivo Digital da BNP.



figura 66. Identificação da autoria de Manuel Lapa, no cartaz de *Amor de Perdição*, 1943. Arquivo Digital da BNP.

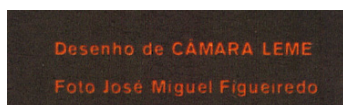


figura 67. Identificação da autoria de João da Câmara Leme, no cartaz de *Os Demónios de Alcacer-Kibir*, 1976. Arquivo da Coleção Madeira Luís, UA.

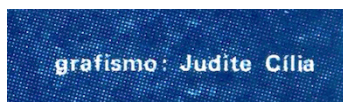


figura 68. Identificação da autoria de Judite Cília, no cartaz de *Areia Lodo e Mar*, 1977. Arquivo da Coleção Madeira Luís, UA.

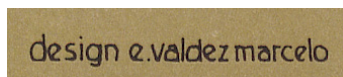


figura 69. Identificação da autoria de Edgar Valdez Marcelo, no cartaz de *A Fuga*, 1976. Arquivo da Coleção Madeira Luís, UA.

dezenas. Atualmente são tiragens avulsas, de acordo com as próprias necessidades impostas pelo percurso que o filme realiza dentro e, eventualmente, fora do país (Ramos, 2014a, 2014b).

Identificação do autor

Não representando propriamente um assunto de discussão juntamente dos entrevistados, este é um elemento que, contudo, importa abordar para uma noção de como evoluiu a identificação da autoria do cartaz e do próprio desígnio quando utilizado pelo autor.

Conforme se pôde constatar através do levantamento de cartazes, desde a génese do cinema até às décadas de 50/60, estes apresentavam um carácter bastante mais manual e pictórico, sendo a sua conceção realizada por pintores e artistas plásticos que identificavam os seus arranjos gráficos para estes artefactos da mesma forma que identificavam outros trabalhos artísticos da sua autoria: recorrendo a uma assinatura caligráfica, que podia aparecer nos limites do cartaz ou então integrada na imagética central.

Com o desenvolvimento tecnológico (fotografia, sistemas de *lettering* de decalque, fotocopiadora, computadores e *scanners*), esta assinatura "artística" deu lugar a apontamentos mais tipográficos, discretos e remetidos quase sempre para as margens do cartaz, numa escala bastante reduzida. Também a introdução do termo "design" e a democratização da profissão (na década de 70 assistiu-se à introdução dos primeiros cursos de design no ensino superior nacional, bem como à fundação da Associação Portuguesa de Designers) esteve na origem, essencialmente nos anos 70 e 80, de uma miríade de assinaturas e designações, que Barbosa reconheceu na sua pesquisa de cartazes e que se espelha, também, nos cartazes de cinema:

"Nos anos 80 a autoria normalmente colocou a sua identificação junto das margens (ao alto ou ao baixo) sobretudo na parte inferior do cartaz, elegendo a tipografia como meio de representação da sua assinatura. Em termos do seu reconhecimento profissional designaram o seu trabalho por "arranjo gráfico", "concepção artística", "desenho", "desenho gráfico", "design", "design gráfico" e "grafismo" (Barbosa, 2011, p. 477).

Exemplo disso são as assinaturas de Judite Cília ("grafismo"), Edgar Valdez Marcelo ("design"), Carlos Paulo ("design gráfico"),



Design: José Brandão

figura 70. Identificação da autoria de José Brandão, nos cartazes de *Crónica dos Bons Malandros* (1984) e *Kilas, o Mau da Fita* (1980). Arquivo da Coleção Madeira Luís, UA.

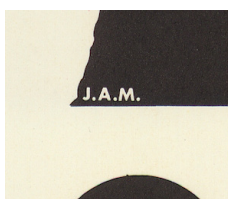


figura 71. Identificação da autoria de João Abel Manta, no cartaz de *As Ruínas no Interior*, 1977. Arquivo da Coleção Madeira Luís, UA.



figura 72. Identificação da autoria de "Vasco", no cartaz de *Bom Povo Português*, 1980. Arquivo da Coleção Madeira Luís, UA.

João da Câmara Leme ("desenho") e José Brandão ("design"). "Vasco" constitui uma exceção ao manter uma assinatura caligráfica, no cartaz de *Bom Povo Português* (1980). Já João Abel Manta assina as suas iniciais (J.A.M.) recorrendo a Futura, fonte que de resto é a única presente no seu cartaz de *As Ruínas no Interior* (1977). Por vezes identificou-se também o autor da fotografia que serve de imagética ao cartaz.

Outras dimensões do cartaz

No decorrer da sua entrevista, Henrique Cayatte colocou em enfoque uma questão cuja abordagem, embora não se encontrando inicialmente planeada na estrutura do projeto, acabaria por justificar a criação do sub-capítulo → 3.2. Outras dimensões do cartaz de cinema: ontem, hoje e amanhã, que consiste numa reflexão relativamente a outros suportes de comunicação do filme que podem, ou não, ser reflexo da estética presente no cartaz (Ramos, 2014).

Joana Linda e Luís Alegre também referem esta questão nas suas entrevistas, embora de forma mais superficial. A designer afirma que, regra geral, e fruto dos constrangimentos em termos de orçamento, a encomenda consiste apenas em cartaz e um postal. Contudo, quando os recursos financeiros são maiories, poderá existir também *dossier* de imprensa, *flyers*, capas e bolachas para DVD, entre outros materiais, cuja conceção gráfica nem sempre fica ao encargo do designer, podendo o *concept* do cartaz ser re-adaptado pela companhia produtora aos restantes elementos de comunicação, como Joana Linda afirma ter acontecido com o material de promoção do filme *É o Amor* (2013), de João Canijo.

Já Alegre refere que por parte da atual produtora dos filmes de João Pedro Rodrigues e João Rui Guerra da Mata, a *BlackMaria*, parece haver algum interesse em transformar os cartazes e material de comunicação associado (brochuras, *depliants*, postais, *kits* de imprensa) em objetos "de culto", embora as impressões sejam fundamentalmente digitais e muito condicinadas pela participação em festivais de cinema.

3.2. Outras dimensões do cartaz de cinema: ontem, hoje e amanhã

A entrevista com Henrique Cayatte, e também uma conversa de carácter mais informal com João Nunes (também ele designer com produção cartazista reconhecida e docente na licenciatura em design da UA), possibilitaram a incursão em domínios que estão intrinsecamente ligados ao cartaz de cinema mas que, face aos constrangimentos de tempo e volume de informação, não puderam ser abordados com a consistência e profundidade que estes merecem, pelo que aqui se apresenta um panorama global em relação ao tema que poderá servir de ponto de partida para uma possível investigação futura. O confronto de ideias com ambos resultou num enfoque noutros suportes de divulgação e promoção do filme que, desde o início da história do cinema, co-existiram com o cartaz cinematográfico, muitas vezes complementando-o em termos formais e funcionais na ação de anunciar o filme e captar espectadores para as salas.

Henrique Cayatte identifica pelo menos quatro declinações daquilo que conhecemos como o tradicional cartaz de cinema (impresso em suporte papel, com dimensões que se aproximam dos 70cm × 100cm) e que, ao longo das últimas décadas, com a alteração da experiência de ver e anunciar o cinema, se foram perdendo ou sendo substituídas por outras (Ramos, 2014).

A primeira consiste nas telas gigantes que eram pintadas (por pintores e não por designers) para serem colocadas nas fachadas dos cinemas e que eram resultado de um esforço colaborativo de várias pessoas: primeiro as costureiras tinham de coser as bainhas e aplicar os ilhoses metálicos que permitirão a afixação da tela; depois três indivíduos criavam uma grelha de construção, recorrendo a um cordel que era totalmente embebido numa caixa de carvão em pó e posteriormente esticado através de marcações realizadas ao longo do comprimento e largura da tela, sendo este depois, em tensão, puxado e largado contra o pano da tela (num movimento semelhante ao de um elástico ou de uma corda de viola), onde deixava cair o pó, criando desta forma uma quadrícula com linhas de carvão; um desenhador, de meias e empunhando um pau com uma mina de carvão na extremidade, tranpunha o desenho de uma matriz mais pequena para a tela, guiando-se, secção a secção, pela grelha; por último era necessário pintar, do geral para o particular: por norma o fundo (uma aguada colorida) ficava ao encargo da(s) pessoa(s) com menor experiência, sendo que muitas vezes o "mestre" ou pessoa com mais experiência apenas dava os retoques finais que "traziam a pintura à vida"; depois de completamente seca, a tela era enrolada num toro de madeira e transportada para a entrada do cinema, onde era afixada. Nos maiores cinemas da capital, como o São Jorge, o Monumental ou o extinto Quarteto, existiam diversas faixas, todas as noites.

A segunda declinação são os programas que eram distribuídos a cada sessão e que, por norma, continham na capa uma imagem do cinema/teatro e na contracapa publicidade, sendo que no interior se poderia encontrar o alinhamento da noite (o filme principal, curtas-metragens ou outros "extras", caso estes existissem, e momentos de intervalo), com uma reprodução do cartaz e uma composição em chumbo com a identificação do elenco e outras informações. Este artefacto proporcionava um breve entretenimento enquanto se aguardava para entrar na sala ou, eventualmente, durante do intervalo, tendo a determinada altura caído em desuso. Seria interessante saber ao certo quando e porque motivos isso aconteceu.

Existiam também os cartonados: retângulos de cartão ao baixo, com ilhoses metálicos, que eram afixados nas vitrines dos cinemas, e onde a imagem gráfica (adaptada da tela da fachada ou do cartaz impresso), feita com recurso à serigrafia, era complementada com um ou mais fotogramas do filme, colocados

sob um retângulo branco já pensado para o efeito, funcionando como pequenos *teasers* do seu ambiente e personagens.

Por fim, a quarta declinação é a publicidade em jornais e revistas, da especialidade e não só: talvez a única que tem subsistido até aos dias de hoje, mas cuja evolução em termos de alcance (número de revistas e jornais em que os filmes são divulgados) e destaque (dimensão dos anúncios na página, número de anúncios por edição) poderá certamente revelar a evolução desta realidade e diversas tendências que teria interesse analisar e compreender, através de um levantamento de dados estatísticos ao longo das décadas. Outro aspeto com potencial exploratório seria averiguar a existência, ou ausência, de algum tipo de manual normativo de promoção do filme, que informasse todas as pessoas encarregues de trabalhar na conceção destas declinações de eventuais procedimentos e normas gráficas a respeitar.

Atualmente o cartaz de cinema assume não só o seu suporte convencional, como se declina também em muitas outras aplicações, tanto físicas como digitais: desde o grande formato dos MUPI de rua e dos *outdoors*, a *banners* para sítios da internet, imagens de perfil/capa para páginas do facebook e de outras redes sociais. Raros são os filmes portugueses com orçamento suficiente para abranger todos estes veículos de divulgação, mas muitas das grandes produções de Hollywood que chegam ao nosso país são divulgadas de forma transversal através dos diversos suportes. Da mesma forma, a maioria dos cartazes de cinema internacional deixaram também de ser fruto de uma autoria una e facilmente identificável para se tornarem o resultado de uma autoria colectiva, desenvolvida em agências de comunicação onde ilustradores, fotógrafos, tipógrafos, *copywriters*, designers gráficos, diretores criativos, e outros profissionais intervêm em diversas etapas do processo criativo. Em Portugal, contudo, nem todos os cartazes de filmes nacionais são resultado de uma encomenda feita a agências de comunicação, sendo que ainda se verificam casos em que o cartaz é criado por um só designer, seja pelos laços pessoais/profissionais existentes com alguém da equipa que está a produzir o filme, seja pelos constrangimentos financeiros com que os filmes portugueses se debatem constantemente e que nem sempre permitem que a conceção do cartaz seja paga, muito menos encomendada a uma agência especializada para o efeito.

Esta alteração na forma como se divulga o filme segue em linha com uma mudança maior, a do paradigma na forma como se faz e se vê cinema. Se antigamente a realização do filme era um procedimento complexo, apenas ao alcance de realizadores suportados por produtoras e distribuidoras com devidas infraestruturas logísticas e recursos financeiros, nos dias que correm, com a disseminação dos meios digitais, o processo de gravação, edição e divulgação de um filme (seja ele uma curta ou longa metragem, uma animação ou um documentário) tornou-se acessível a um espectro muito maior da população. A maneira como se veículam imagens alterou-se profundamente e, assim, da mesma forma que alguém com acesso a uma máquina de filmar e a programas que lhe permitam o corte e montagem das cenas poderá criar um filme, também os veículos de comunicação deixaram de estar reservados aos meios impressos, ilustrados com as obras dos melhores artistas à época, para poderem ser feitos, virtualmente, por qualquer pessoa com acesso a um computador e a *software* de edição de imagem. Claro que a fronteira que distingue as produções amadoras das profissionais continua a existir, contudo a massificação tecnológica e também do ensino do cinema e do design fez com que seja cada mais fácil transpô-la, tanto para os jovens realizadores, como para os designers. Também a forma como os filmes são vistos pelas pessoas se alturou, há duas décadas atrás era impensável a ideia de ver filmes através da internet, ao passo que, hoje em dia, esta já rivaliza com a televisão em termos de visualização de filmes, ultrapassando-a mesmo se olharmos para as camadas mais jovens da população. A rapidez com que os filmes ficam disponíveis para *download* ou apenas para visualização *on-line*, por vezes até mesmo antes de chegarem às salas de cinema nacionais, tem alterado significativamente a experiência da sua visualização, que agora, quando não ocorre numa sala de cinema, se realiza por intermédio do computador.

3.3. Projeto editorial: *100 anos de design no cartaz de cinema português: 1912 - 2012*

3.3.1. Conteúdos e organização interna

Estrutura

Considerando que o contexto cinematográfico representará o programa que está na génese dos cartazes de cinema, a investigação privilegiou o design como interface cultural na realização destes artefactos. Nesse sentido o projeto editorial visa a apresentação de uma realidade que se prende com a evolução da disciplina do design em Portugal, através do cartaz, ao longo do século XX em Portugal, articulada, também, com a história do cinema português e dos seus filmes que, de resto, abrem cada capítulo da publicação, de forma a facilitar uma apreensão rápida e sucinta de uma área que, não sendo tão familiar à área do design, se acredita ser indissociável desta para uma compreensão do discurso estético dos cartazes.

Para a construção desta narrativa recorreu-se a vários livros da área do cinema português⁴⁶ e, também, aos apontamentos recolhidos nas unidades curriculares de Teorias e História do Design e História do Design Português, lecionados no decorrer da licenciatura em design da Universidade de Aveiro, pela

⁴⁶ Apresentados no sub-capítulo → 2.2. Documentos sobre cinema português (ver página 27).

⁴⁷ Analisado no sub-capítulo → 2.3.2. Cartaz de Cinema (ver página 40).

⁴⁸ Analisados no sub-capítulo → 3.1. Conversas à volta do cartaz de cinema português (ver página 77).

⁴⁹ Algumas fontes situam a fundação da *Invicta Film* em 1910 ("Cinema em Portugal - Os Primeiros Anos", CNCCR, 20, p. 123) e outras em 1912:

"Determinante para a produção documental, nos primórdios da República, a *Invicta Film* foi fundada no Porto, em 1912, por Alfredo Nunes de Matos (...)" (PORTUGAL, Centro Virtual Camões do Instituto Camões, [s.d.]).

Alfredo Nunes de Matos foi um cineasta português. Nasceu no Porto em 1875 e faleceu em 1946. Foi um dos pioneiros da 7ª. Arte e da indústria cinematográfica em Portugal. Tinha a sede de uma modesta empresa, fundada em 1910, no n.º 135 da rua de Santo Ildefonso, no Porto. Em 1912 muda-se para uma dependência do Jardim Passos Manuel, dando à firma o nome de "Nunes de Matos & Cia – (Invicta Film)" (PORTUGAL, Cinema Português, 2013)

⁵⁰ "O ritmo de trabalho da *Invicta Film*, em permanente aceleração entre 1918 e 1924, faria dela a mais importante produtora do período do mudo (responsável naqueles anos por 18 títulos de ficção)" (CNCCR, 2011, p. 19).

⁵¹ "Igualmente premiada em festivais internacionais foi a releitura da época colonial por Miguel Gomes em *Tabu* (2012). Dividido em duas partes, Gomes não só encontra uma forma inusual de lidar com as transgressões dos colonialistas, como também com a ainda vingente hipocrisia no pós-colonialismo português." (Ferreira, 2014, p. 284).

"*Tabu* é um filme ímpar na atual cena do cinema contemporâneo português" (Ferreira, 2014, p. 284).

professora Helena Barbosa. Também o texto "O Cartaz de Cinema em Portugal" de José de Matos-Cruz⁴⁷, constituiu um valioso contributo, assim como os testemunhos recolhidos junto dos quatro entrevistados⁴⁸.

A organização diacrónica de conteúdos, década a década, viabiliza uma compreensão mais abrangente e encadeada das realidades (estética, cinematográfica, política, social e económica) que marcaram cada decénio. Entendeu-se que esta abordagem era preferível a longo termo, embora dentro de cada capítulo os cartazes não sigam uma disposição linear em termos temporais. Serviram de balizas temporais a fundação da *Invicta Film*, de Alfredo Nunes Matos, no Porto, em 1912⁴⁹, que viria a ser a companhia de produção de filmes mais prolífica da época do cinema mudo⁵⁰, e o lançamento, em 2012, do filme *Tabu*, de Miguel Gomes, aquele que terá sido o último grande marco na história recente do cinema português⁵¹ contando, também, com um dos mais icónicos cartazes dos últimos anos.

A revista, iniciada com uma breve apresentação, encontra-se organizada em dez capítulos:

Anos 10: os primeiros filmes

Com apenas um cartaz encontrado (*Rosa do Adro*, 1919), são apresentados, em linhas gerais, os antecedentes do cinema em Portugal, numa década em que a produção nacional recaía nas mãos de um grupo de realizadores franceses e respetivas produtoras.

Anos 20: o arranque da indústria

Com uma amostra ainda algo reduzida, a década estabelece uma produção sistemática de filmes e os moldes sociais em que se assistia cinema.

Anos 30: o aparecimento do sonoro

Década marcada pelo *A Severa* (o primeiro filme sonoro português, 1931) e pelo *A Canção de Lisboa* (primeiro filme português sonorizado em Portugal, 1933), que contou com dois cartazes de autoria de Almada Negreiros, até hoje amplamente reproduzidos.

Anos 40: anos de ouro (?)

Década das grandes comédias "à portuguesa" e de cartazes pautados por uma estética quase de *cartoon*, com cores vivas, que para uns marcou um encontro sem precedentes entre o cinema português e o seu público e, para outros, a pior altura da história da sua cinematografia.

Anos 50: estagnação

Continuidade e esgotamento dos formatos de décadas anteriores, ao nível dos filmes e também do discurso visual dos cartazes.

Anos 60: a nova vaga

O advento de um cinema mais antropológico, em rutura com os moldes estabelecidos, onde a fotografia começa a ocupar um lugar de destaque no cartaz.

Anos 70: a (não) revolução

Uma revolução política e social que, no cinema, possibilitaria um maior associativismo, a documentação do PREC - Processo Revolucionário Em Curso e a (re)descoberta do país que o regime tentara ocultar ao longo de quatro décadas, embora as carências ao nível da distribuição se tenham mantido.

Anos 80: a escola portuguesa

A legitimização do cinema de autor português no panorama europeu, sobretudo em França, com a "descoberta" da filmografia de Manoel de Oliveira e outros realizadores nacionais.

Anos 90: a televisão e a crua realidade

A entrada em jogo do canal televisivo SIC possibilitava novos sucessos de bilheteira no setor mais comercial, por cobrir o processo de filmagens e lançamento de alguns filmes, enquanto o cinema de autor e os seus cartazes mostravam um país lúgubre, de protagonistas que se movimentam numa sociedade de vícios e vicissitudes.

Século XXI: tudo diferente, tudo igual

Cartazes e filmes de um cinema assumidamente mais comercial co-existem com os de cinema de autor, numa pluralidade de discursos estéticos, enquanto a cinematografia nacional tenta resistir aos sucessivos cortes financeiros que vai sofrendo, não obstante o reconhecimento por parte da crítica internacional.

A listagem, por ordem numérica, de todos os cartazes apresentados, e as respetivas fontes de onde foram retirados, encerram a publicação.

Paralelamente à linha cronológica principal, existe também uma *timeline* na abertura de cada capítulo, dividida pelos anos do decénio, que apresenta um conjunto de eventos que se consideraram relevantes enquanto complemento do corpo de texto principal. Esta *timeline* engloba estreias de filmes nacionais e internacionais; invenções e eventos em Portugal e no mundo, marcantes para as áreas do design, cinema e cultura *pop*, em geral; fundação de instituições culturais; lançamento de meios de comunicação social nacionais; e ocorrências consideradas

incontornáveis na história do século XX, das quais se destacam guerras, eventos políticos e atentados.

Apresentação de cartazes

Relativamente aos cartazes, estes encontram-se inseridos dentro da respetiva década a que pertencem, embora dentro de cada década a sua disposição nem sempre seja cronológica. Isto porque se considerou que, em certas ocasiões, seria apropriado, "agrupar" cartazes que: apresentassem um discurso estético semelhante, por recorrem a uma paleta de cores, tipografia e/ou composição idênticas; possuísem a mesma autoria, como se verifica com cartazes de Judite Cília, João Abel Manta e José Brandão, designers com mais do que um cartaz selecionado; ou que tivessem sido desenvolvidos para filmes do mesmo realizador, como acontece com os cartazes dos filmes de João Canijo, Miguel Gomes e João Pedro Rodrigues, no século XXI.

Quanto à análise dos cartazes, através do design, a ideia original era efetuar a um número restrito de cartazes e facultar ao leitor ferramentas visuais que o ajudassem a compreender esta "desconstrução". Contudo, devido a constrangimentos temporais, esta análise mais individualizada, ainda que tendo sido efetuada a cerca de uma dezena de cartazes, é somente textual. Não se apresentam imagens dos *frames* dos filmes que deram origem a cartazes, nas situações em que se sabe que isso aconteceu, nem é facultada uma amostra das fontes tipográficas em utilização que se identificaram em alguns cartazes. Este tipo de abordagem que se centra nas particularidades do discurso visual dos cartazes teria beneficiado de outros complementos como os que a seguir se apresentam, a título de exemplo, para o cartaz de *Crónica dos Bons Malandros* (1984), da autoria de José Brandão, e que no projeto editorial são expressos apenas com recurso a texto.

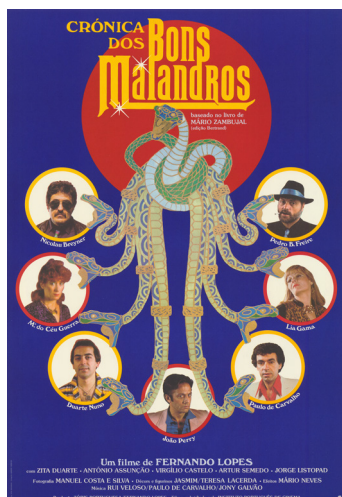


figura 73. Exemplo de "desconstrução" visual do cartaz de *Crónica dos Bons Malandros* (1984) de José Brandão.

CRÓNICA DOS

Windsor é a fonte tipográfica utilizada no cartaz: título, nomes dos atores e créditos.



The Godfather

O título do filme apresenta um tratamento tipográfico que advém da composição criada para a capa do livro *O Padrinho*, que foi também utilizada na trilogia de filmes.



O alfinete de nove cobras que faz parte da coleção Laliq, e que também aparece no filme, e o círculo vermelho do restaurante japonês em que o grupo de bandidos se encontra, são elementos que fazem a transição para o próprio cartaz do filme.

A disposição das fotografias dos atores do elenco é sugestiva da culatra de um revólver, onde as balas se encontram alojadas.

Ainda que não se tenha realizado essa análise visual, optou-se por, ainda assim, revelar este quadro de intenções, que se encontrava pensado para a aplicação a vários pares de cartazes/filmes visualizados. A visualização de um maior número de filmes portugueses certamente possibilitará uma análise mais fundamentada dos respetivos cartazes, pelo que esta "desconstrução" visual dos cartazes representa, em última análise, um *never ending process*, que se espera poder vir a registar e disponibilizar para uma consulta por parte do grande público, perspetivas de futuro que se encontram exploradas na → IV. Conclusão do presente documento⁵².

⁵² Ver página 123.

Formato e venda ao público

Este projeto editorial foi idealizado como uma revista especial, de número único, mas possível de ser complementada em termos de informação e cartazes e adaptada ao formato livro (de capa mole ou dura) para posterior venda, embora o seu número de páginas (103) e a gramagem das mesmas se aproxime um pouco desse formato. Não existindo uma encomenda ou um *brief* específico por parte de nenhuma entidade, pode apenas conjecturar-se o interesse por parte de instituições como a Cinemateca Portuguesa/ANIM, o Instituto do Cinema e Audiovisual ou a Academia Portuguesa de Cinema em patrocinar o projeto e a investigação que o suporta.

Público-alvo

Este projeto teria como público-alvo não só entusiastas de cartazes de cinema (reconhece-se que este é um *target* demasiado específico), mas também designers e cinéfilos, assim como profissionais e académicos ligados às áreas do design, cinema, audiovisual e artes criativas em geral. Espera-se que qualquer pessoa com interesse pela produção artística nacional e pelo património cultural do país possa encontrar nesta publicação um conjunto de conteúdos capazes de despertar curiosidade, tal como uma seleção de cartazes cuja inegável beleza incita à descoberta da cinematografia portuguesa, rejeitada, ainda que por muitas vezes sem verdadeiro conhecimento de causa, por grande parte das audiências nacionais.



REALIZAÇÃO DE CO
É CINEMA NA I

ÇÃO DO INSTITUTO PORTUGUÊS DE CINEMA

VERRO

3.3.2. Design editorial

Capa

A capa é o cartaz do livro, é o interface que despoleta o desejo de conhecer ou de convidar a esfera pública a descobrir o seu interior. Nesse sentido, ambicionava-se o desenho de uma capa icónica, incitadora desse convite e capaz de indiciar qual a temática que a publicação aborda.

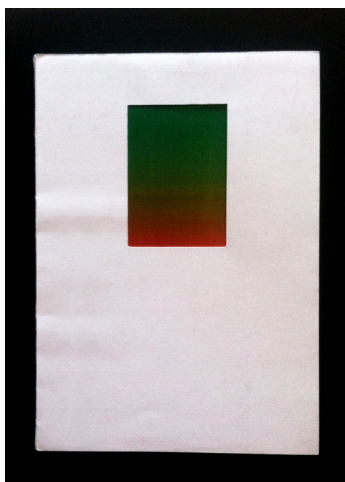


figura 75. Primeiro ensaio de capa para o projeto editorial. CDIR.

O primeiro ensaio, desenvolvido num momento em que se evitava o compromisso com algum cartaz de cinema português em particular, traduziu-se num resultado incapaz de comunicar de forma clara o âmbito do projeto. Considerou-se que o grau de abstração poderia remeter para a área da pintura, e que a presença do verde e do vermelho, visível através de um recorte que pretendia representar um cartaz (mas que algumas pessoas associavam a um quadro), também não vinculava uma realidade portuguesa, conforme se pretendia.

Abandonada esta ideia, optou-se por imprimir excertos de dois cartazes, *A Canção de Lisboa* (de Almada Negreiros, 1933) e *Cerromaior* (de Edgar Valdez Marcelo, 1980), que posteriormente foram colados numa parede plana, com recurso a uma mistura de água e cola branca, e propositadamente danificados, de forma simular as marcas de desgaste que naturalmente ocorrem neste artefacto quando o mesmo é afixado na via pública (ver página seguinte). Fotografaram-se ambos os cartazes, embora, posteriormente, apenas o cartaz de *A Canção de Lisboa* tenha sido selecionado como imagem-base, por revelar um conjunto de elementos visuais⁵³ que se acredita permitirem uma intuitiva dedução relativa à temática do projeto.

Posteriormente, procedeu-se a correções de cor e adicionaram-se digitalmente as marcas de desgaste na parede e a identificação da obra (título e autoria), conforme se ilustra na página seguinte.

⁵³ A expressão "É cinema", excerto da frase "É cinema na nossa língua", presente no cartaz original e que remete para o universo do cinema nacional e para uma certa portugalidade expressa pela própria língua portuguesa; e ainda a assinatura de Almada Negreiros, simbólica de uma dimensão autoral que se pretende também explorar.

figura 74. (página anterior)
Processo de desgaste dos cartazes. CDIR.

figura 76. Processo de colagem dos cartazes na parede, CDIR.

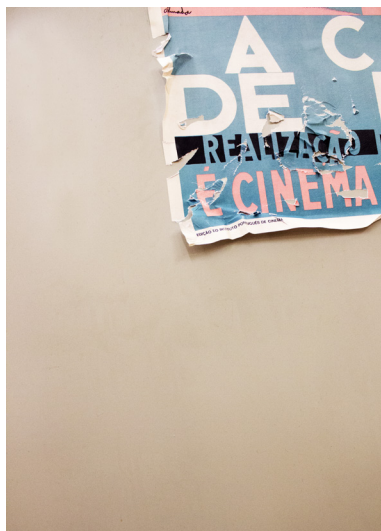
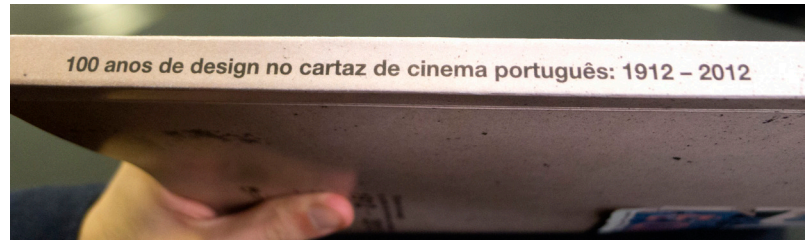


figura 77. Percurso de fotografia e edição para a criação da capa, CDIR.



figura 78. Pormenores da capa com película protetora e lombada. CDIR.



Na possibilidade de este projeto editorial vir a ser comercializado, em formato revista ou livro de capa mole, seria recomendável a sua proteção com recurso a uma película de plástico transparente, de maneira a evitar que capa ou miolo sejam danificados ou sujos, fruto de manuseamento incorrecto nos locais de venda. Em relação à lombada, e embora este exemplar único não faça essa referência, ela teria de indicar não só o nome da publicação, mas também a identificação dos autores e editor.

figura 79. Capa da publicação em relação com a mão humana. CDIR.





figura 80. Transporte e noção de escala da revista. CDIR.



figura 81. Dupla página que revela os dois cartazes de Almada Negreiros para *A Canção de Lisboa* (1933). O canto inferior esquerdo do cartaz com a costureira Alice foi utilizado na capa do projeto editorial. CDIR.

Papel e acabamentos

Esta revista possui as dimensões de 20cm x 28,5cm x 1cm. O formato retangular viabiliza não só o fácil manuseamento da revista e a sua adaptação à mão humana, mas também a exibição dos próprios cartazes. Atendendo ao facto de que este é um exemplar único, realizou-se uma optimização do espaço em função do formato A4, todavia a sua eventual produção numa escala mais alargada poderia obrigar a um reajuste ligeiro das dimensões (ainda que procurando manter uma proporção próxima da utilizada originalmente), para que a impressão num formato maior (70cm x 100cm ou 50cm x 70cm) resultasse no menor desperdício de papel possível. Miolo e capa são resultado de uma impressão digital a quatro cores, realizada na gráfica Minerva, em Aveiro, onde também se procedeu aos acabamentos. A capa foi impressa em papel branco, de acabamento *mate*, de 300 gramas, e o miolo também em papel branco, *mate*, de 160 gramas. Após a realização de vincagem na zona da lombada, o miolo foi agrafado e colado à capa, tendo depois a publicação sido sujeita a corte na guilhotina e plastificada para proteção. Caso tivesse existido disponibilidade para tal, a observação e comparação de um leque mais variado de tipos de papel, para a capa e miolo, poderia ter representado uma mais-valia para o projeto editorial.

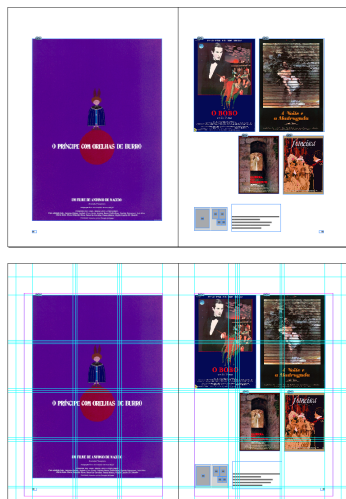


figura 82. Aplicação da grelha numa dupla página de exibição de cartazes. CDIR.

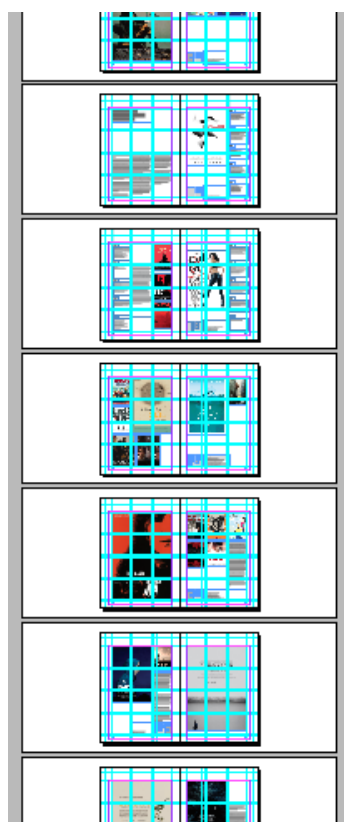


figura 83. Visualização do ficheiro da publicação no software Adobe Indesign. CDIR.

figura 84. Aplicação da grelha numa dupla página de introdução de capítulo. CDIR.

Software e Grelha de construção

Para a execução deste projeto editorial recorreu-se ao programa Adobe InDesign (versão CS6), tendo as imagens sido tratadas no Adobe Photoshop (versão CS6). Cada página possui as dimensões de 20cm x 28,5cm, uma configuração que, deixando 2cm de margem em todo o perímetro, se traduz numa área útil de 16cm x 24,5cm. Para organização de blocos de texto e imagem, a página foi dividida em três colunas de 5cm de largura, separadas entre si por duas goteiras de 0,5cm cada, resultando na quadrícula que abaixo se ilustra e que está base de toda a publicação.





figura 85. Folhear de algumas páginas da revista. CDIR.

Visualidade

O tema da visualidade, que representou interesse enquanto abordagem longo de todo processo, foi sendo pontualmente explorado na publicação, consoante se pretendia. Considera-se que o recurso à impressão em transparência (acetato) do título do cartaz do filme *Maria* (1979), com autoria da designer Judite Cília, constituirá um dos exemplos melhor sucedidos (figura 86.), por gerar um momento inesperado quando se folheia a revista, fruto da utilização de um material que não o papel.

O recurso ao cortante no cartaz de *As Ruínas no Interior* (1977), de João Abel Manta, acaba por passar algo despercebido. É notória a diferença no relevo, porque se recorreu a um papel de gramagem elevada nas duas *layers* do cartaz, contudo por este se encontrar colado na página, acaba por lhe conferir uma certa rigidez, não intencional. Esta é uma situação problemática que teria de ser resolvida, recorrendo eventualmente a outras tipologias de papel.

O cartaz de *Claudia* (1923), impresso num papel texturado de cor ocre escuro, e de dimensões mais pequenas, também representa um exemplo que se considera bem sucedido.

Também a introdução de uma página desdobrável, onde se incluiu um dos cartazes de *Amor de Perdição* (1943), de Manuel Lapa, constituiu um apontamento mais dinâmico na estruturação da revista e no qual o leitor tem um papel ativo, ao ter de abrir esta terceira página para descobrir o seu conteúdo.

Ensaíram-se mais alguns apontamentos na lógica destes quatro que aqui se demonstram, todavia a questão da visualidade poderia ter beneficiado se o projeto de investigação se estendesse mais no tempo, permitindo efetuar estudos e experiências ao nível de diferentes tipos de papel e dos seus comportamentos, assim como outras estratégias e aplicações mais inusitadas ou, pelo menos, menos previsíveis. O um percurso cuja exploração aqui se iniciou, parece apresentar algum potencial para aplicação não só nos cartazes de cinema, mas também noutras classes de cartazes. O projeto pretende contrariar documentos que são por norma convencionais na forma de apresentação de conteúdos, não incentivando a um papel ativo por parte do leitor.

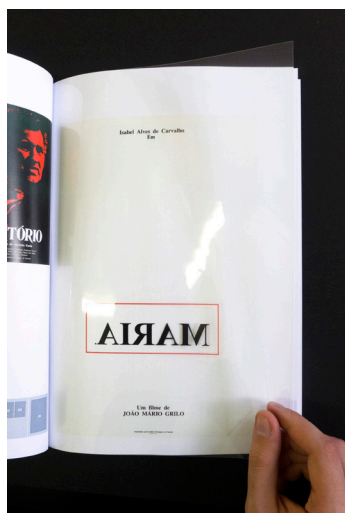


figura 86. Recurso a uma transparência onde se imprimiu o título do filme *Mário*, que completa o *background* do cartaz, impresso na folha. CDIR.

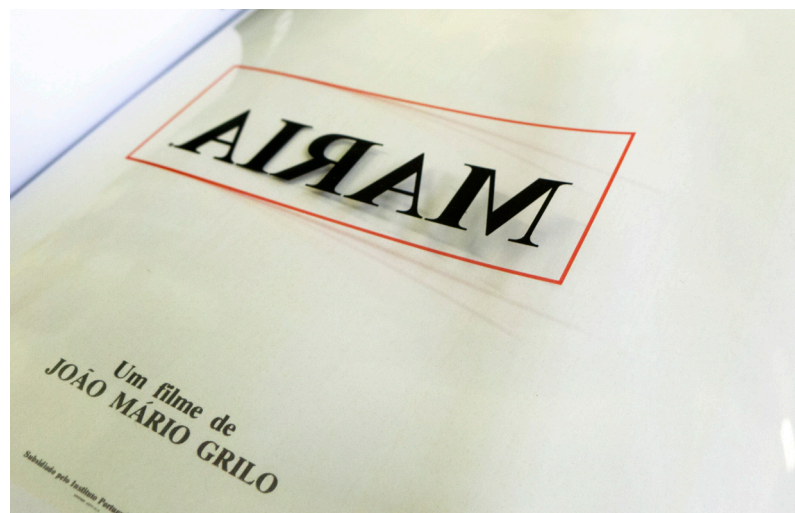


figura 87. Utilização de cortante, no cartaz de *As Ruínas no Interior*. CDIR.



figura 88. Impressão do cartaz de *Claudia* em papel texturado. CDIR

Apesar de não se ter encontrado um número significativo de cartazes ao baixo, na BNP foi possível obter uma digitalização de alta qualidade do cartaz de *Amor de Perdição* (1943), de Manuel Lapa, que se incluiu na publicação recorrendo a uma página desdobrável.



figura 89. Pormenor de dupla página com página desdobrável que revela o cartaz de *Amor de Perdição*. CDIR.



figura 90. Pormenor de dupla página que deixa antever a necessidade de uma margem interna maior. CDIR.

Constatou-se a necessidade de, numa próxima versão, aumentar as margens internas do miolo da publicação visto que a gramagem das folhas, mesmo depois se sujeitas a vincagem, continua a não possibilitar uma abertura total da publicação, pelo que legibilidade das imagens e do texto que se encontram próximas da lombada, é dificultada por este fator.

Aqui se apresentam exemplos de algumas duplas páginas nas quais os cartazes surgem organizados por designer (página atual) ou por realizador (página seguinte), instigando assim diferentes comparações em termos dos seus discursos visuais e dos próprios filmes que anunciam.



figura 91. Dupla página com cartazes da designer Judite Cília. CDIR.

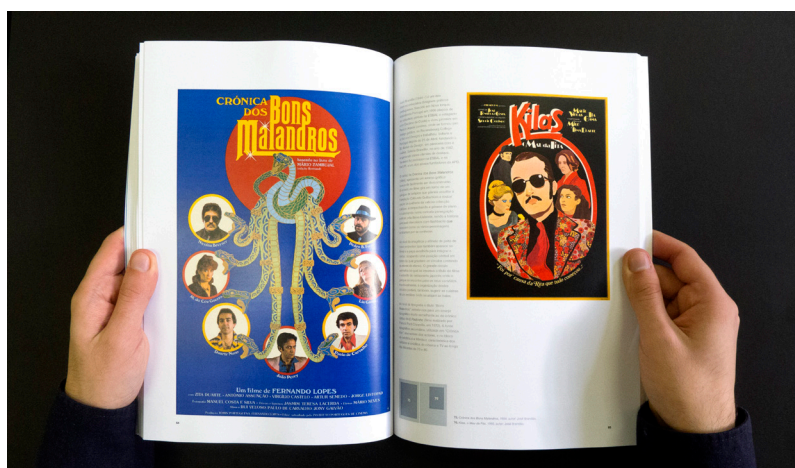


figura 92. Dupla página com cartazes do designer José Brandão. CDIR.



figura 93. Dupla página com cartazes do designer João Abel Manta. CDIR.

figura 94. Dupla página com cartazes de filmes do realizador João Canijo. CDIR.



figura 95. Dupla página com cartazes de filmes do realizador João Pedro Rodrigues. CDIR.



figura 96. Dupla página com cartazes de filmes do realizador Miguel Gomes. CDIR.



Tipografia

A única fonte tipográfica utilizada neste projeto editorial é a Helvetica Neue. Pretendia-se a presença de uma fonte que não roubasse aos cartazes o destaque que lhes é devido ou remetesse para um período temporal específico, mas que fosse polivalente e legível através dos diversos elementos e escalas de informação presentes na página. Existindo centenas de fontes que poderiam satisfazer estes requisitos, a escolha da Helvetica é fruto de uma preferência pessoal.

anos 60
a nova

Na década de 60 o neo-realismo de Manoel de Oliveira e Manuel de Guimarães ganha novos adeptos e assiste-se a uma importante mudança de paradigma na cinematografia

O cartaz de *Belarmino*, da autoria de João da Câmara Leme, recorre à fotografia do protagonista, de expressão cabisbaixa, que ocupa sensivelmente metade da área total do cartaz. Figuras indistintas recortam-se no background



41. *Dom Roberto*, 1962, autor: V
42. *Acto da Primavera*, 1963, aut
43. *Os Verdes Anos*, 1964, autor:

1963

- Fundação do ICGRADA.
- O presidente norte-americano John F. Kennedy é assassinado.
- *Acto da Primavera* de Manoel de Oliveira
- *Os Verdes Anos* de Paulo Rocha.
- *Parque das Ilusões* de Perdigão Queirog
- *Pássaros de Asas Cortadas* de Artur Ran

figura 97. Títulos de capítulo

fonte: Helvetica Neue, bold, underlined.

cor: preto (c = 0% / m = 0% / y = 0% / k = 100%).

tamanho: 36 pt, entrelinhamento: 30 pt.

figura 98. Corpo de texto principal

fonte: Helvetica Neue, regular.

cor: preto (c = 0% / m = 0% / y = 0% / k = 100%).

tamanho: 7 pt, entrelinhamento: 10 pt.

figura 99. Corpo de texto secundário

fonte: Helvetica Neue, regular.

cor: cinzento (c = 0% / m = 0% / y = 0% / k = 40%).

tamanho: 7 pt, entrelinhamento: 10 pt.

figura 100. Legendas

fonte: Helvetica Neue, regular.

cor: cinzento (c = 0% / m = 0% / y = 0% / k = 40%).

tamanho: 6 pt, entrelinhamento: 10 pt.

figura 101. *Timeline* (anos)

fonte: Helvetica Neue, regular, superscript no milénio e século

cor: azul (c = 66% / m = 0% / y = 32% / k = 40%).

tamanho: 20 pt.

Timeline (eventos)

fonte: Helvetica Neue, regular.

marcadores > cor: azul (c = 66% / m = 0% / y = 32% / k = 0%).

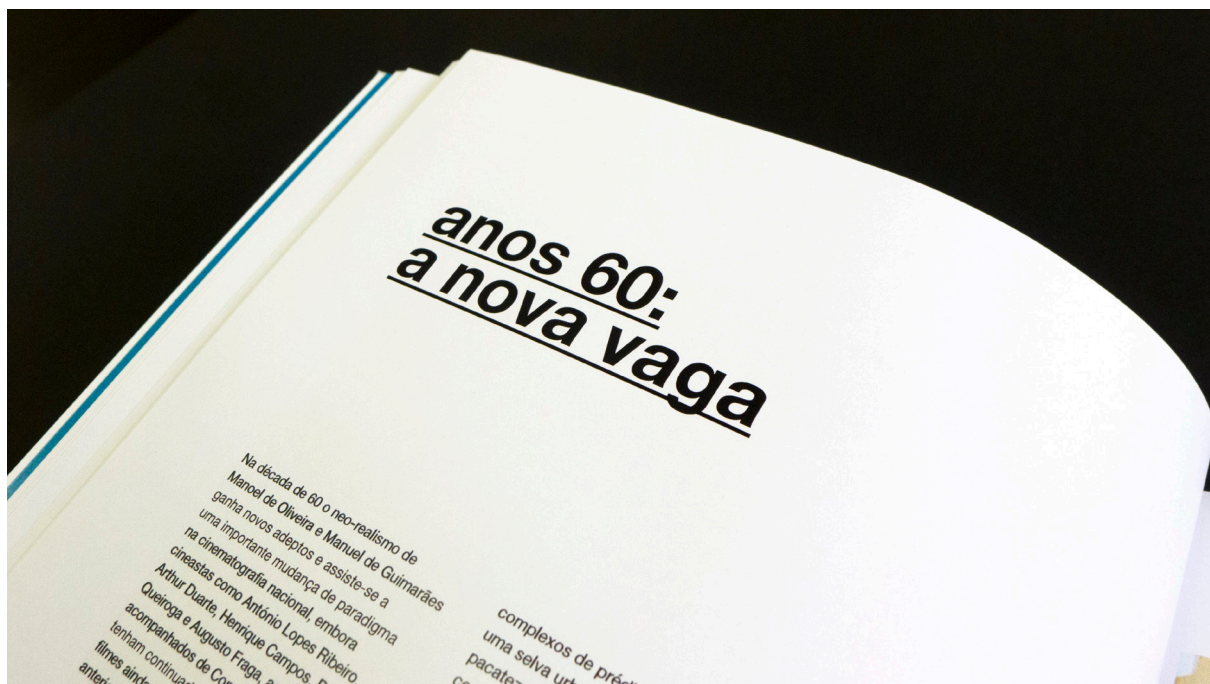
texto > cor: preto (c = 0% / m = 0% / y = 0% / k = 100%).

tamanho: 6 pt, entrelinhamento: 9 pt.

38

figura 102. Número de página
fonte: Helvetica Neue, bold.
cor: preto (c = 0%/ m = 0%/ y = 0% / k = 100%).
tamanho: 6 pt, entrelinhamento: 10 pt.

figura 103. Dupla página e pormenor
demonstrativos da tipografia escolhida em
utilização. CDIR.

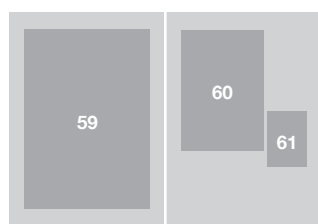


Legenda e listagem dos cartazes

Ao nível da legendagem, e procurando uma alternativa ao que é a configuração recorrente nas publicações analisadas, criou-se uma legenda que surge no rodapé da página, e não imediatamente anexada aos cartazes, dinamizando assim a disposição dos cartazes e a interação do leitor para com a publicação. Esta legenda consiste na apresentação de uma miniatura esquemática da disposição dos cartazes na dupla página, acompanhada da identificação dos cartazes (filme, ano e autor), sendo a ligação estabelecida por intermédio de uma numeração (a cada cartaz corresponde um número de 1 a 130), que remete também para a parte final da publicação, onde é apresentada uma lista mais detalhada de todos os cartazes e respetivas fontes, contendo outros dados que tenham sido possíveis apurar, tais como como dimensões, impressor e tiragem.



figura 104. Exemplo de legenda e sua integração no espaço da dupla página. CDIR.



59. *Areia Lodo e Mar*, 1978, autor: Judite Cília.

60. *Os Demónios de Alcacer Kibir*, 1976, autor: João da Câmara Leme.

61. *Os Demónios de Alcacer Kibir*, 1976, autor: João da Câmara Leme.



figura 105. Listagem e origem dos cartazes.
CDIR.

figuras 106. e 107. (páginas seguintes)
Duplas páginas do miolo da publicação. CDIR.



MUEL DOS SANTOS
NOR MAIA TATÓ
 A REVELAÇÃO DO CINEMA PORTUGUÊS
ANA PAULA



UROS
SÉ BUCHS

PAPEIS:
BRAGA, EUGÉNIO SALVADOR
IA DEL PINO, COSTINHA, EMÍLIO
A. PEDRO NAVARRO, MARIA
M. FERNANDA BATISTA
RAUJO, PATRÍCIO ALVARES
E
ALIA RODRIGUES
ANDO UM FADO INÉDITO

Col. Cinemateca Portuguesa-Museu do Cinema



22. Sol e Touros, 1949, autor: Manuel Joaquim Baptista/Rudy.
 23. Três Espelhos, 1933, autor: Mário Costa.

MARIA JOÃO MAYER e FRANÇOIS D'ARTEMARE apresentam

um filme de CLÁUDIA VAREJÃO

LUZ DA MANHÃ

com BEATRIZ BATARDA, ELISA LISBOA e MATILDE COLAÇO

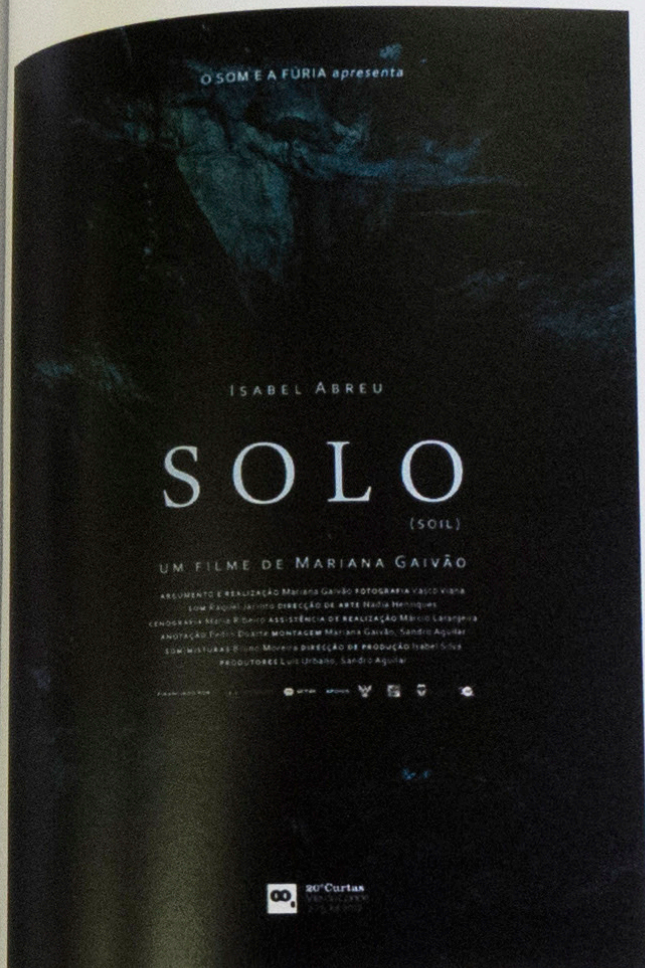
realização CLÁUDIA VAREJÃO argumento CLÁUDIA VAREJÃO e JOANA CUNHA FERREIRA
fotografia RUI XAVIER som OLIVIER BLANC assistência de realização ÂNGELA SEQUEIRA
guarda-roupa NÁDIA HENRIQUES decoração LULA PENA e MARIA MANUEL FERREIRA
 direcção de produção MANUELA RIBAS e PATRÍCIA FARIA montagem CLÁUDIA VAREJÃO
e MARIANA GAIVÃO montagem de som HUGO LEITÃO produtores MARIA JOÃO MAYER
e FRANÇOIS D'ARTEMARE produção FILMES DO TEJO II filme financiado por ICA e RTP

ICA INSTITUTO DA CULTURA
E DO PATRIMÓNIO

INSTITUTO DA CULTURA
E DO PATRIMÓNIO

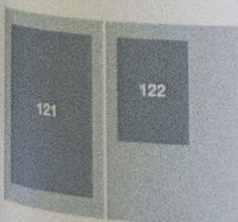
Filmes do Tejo II





Joana Linda (1980 -) é fotógrafa, videógrafa, realizadora, e encenadora. Paralelamente tem vindo a desenvolver um corpo de trabalho digno de registo enquanto designer de cartazes de cinema.

Além dos cartazes já apresentados para as curtas *Rafa* e *Cerro Negro*, de João Salaviza, e *É o Amor*, de João Canijo, tem também trabalhado para outros realizadores, do seu círculo de amigos, que a convidam a criar os cartazes para os seus filmes. Merecem particular destaque, pela síntese visual e dimensão autoral, os de *Luz da Manhã*, de Cláudia Varejão, e *Solo*, de Mariana Galvão, ambos de 2012, com recurso à fotografia de página completa, a um tratamento tipográfico depurado e a uma estética que privilegia uma linguagem minimalista e uma composição que recorre fortemente ao espaço vazio.



121. *Luz da Manhã*, 2012, autor: Joana Linda.
122. *Solo*, 2012, autor: Joana Linda.

IV. Conclusão

4.1. Considerações finais acerca do projeto

A beleza dos vários cartazes que se foram descobrindo no decorrer de todo este processo e o desejo de a documentar e comunicar foi, em última análise, a grande motivação transversal a todas as etapas percorridas.

Partindo da problemática que despoletou esta investigação ("Como contar uma história do cartaz de cinema português através do design?") e procurando agora dar resposta, de forma encadeada, às principais questões levantadas no subcapítulo → 1.2. Problemática e objetivos, sistematizam-se agora algumas das principais conclusões que a realização desta investigação pode oferecer, relativamente ao cartaz de cinema português enquanto objeto de design.

Uma pesquisa transversal às áreas do cinema e do design portugueses revelou uma lacuna no que diz respeito ao estudo do cartaz de cinema português. Se a primeira utiliza o cartaz como forma de ilustrar uma realidade que se prende com a produção cinematográfica, a segunda apresenta ainda contributos parcelares, limitados a um período de tempo ou temática específicos, nomeadamente cartazes de documentários industriais, comparação entre cartazes de cinema portugueses e russos, e cartazes da filmografia do realizador Manoel de Oliveira.

Ensaçou-se, assim, um processo investigativo e de seleção e recolha de cartazes com uma abrangência temporal mais lata: desde o arranque da indústria cinematográfica nacional, simbolizada pela fundação da *Invicta Film*, na cidade do Porto, em 1912, até ao século XXI, mais especificamente 2012, ano de lançamento do multipremiado filme de Miguel Gomes, *Tabu*.

Também se observaram publicações internacionais com o objetivo de perceber de que forma é que estas apresentam o cartaz de cinema e comunicam a(s) sua(s) história(s). Conforme se verificou no sub-capítulo → 2.4. Documentos internacionais sobre cartaz de cinema consistem, regra geral, em mostras de cartazes, mais ou menos informativas do ponto de vista dos contextos cinematográficos e históricos, em que o leitor assume um papel passivo e a dimensão editorial não é muito explorada, assegurando-se apenas a reprodução dos cartazes, aspeto que sustenta a preteritência do projeto de investigação sob o ponto de vista da introdução do conceito da visualidade nesta tipologia de publicações.

Sem cinema não existiria cartaz de cinema. A sétima arte constitui o programa em função do qual estes objetos de design são criados, estando muitas vezes impregnados com a estética do filme que anunciam e, noutras ocasiões, divorciando-se ou simplesmente abstraindo-se dela. Esta realidade ditou uma preocupação constante deste projeto de investigação pelo conhecimento da realidade vivida, década após década, na paisagem cinematográfica portuguesa, porque disso dependia, também, a compreensão do discurso gráfico dos cartazes. As duas áreas são indissociáveis. Este conhecimento, não podendo ser muito aprofundado⁵⁵ foi complementado com a visualização de cerca de cinquenta filmes portugueses, dispersos ao longo das décadas.

⁵⁵ Afinal este é um trabalho do âmbito do design e não do cinema.

A tríade de Francisco Providência, apre(e)ndida ao longo do ciclo de estudos na Universidade de Aveiro, constituiu uma ferramenta importante de análise, na medida em que permitiu um enfoque constante. No momento de contatar com estes cartazes procuraram-se, quase instintivamente, traços relacionados com a autoria, com o próprio filme (programa) e com o local de impressão, tiragem, dimensões, e tipo de papel (tecnologia). Reconhece-se que o espetro alargado de tempo e de número de cartazes nem sempre tenha possibilitado uma análise aprofundada sobre os mesmos.



figura 108. Influências internacionais nos cartazes de cinema português.

Os cartazes de cinema português transfiguram-se ao longo das décadas, sem, no entanto, se vincularem a um estilo ou estética que se possam considerar identitários ou homogêneos ao longo do século XX e início do século XXI. Resultam, antes, de uma mescla de influências internas e externas, que se manifestam num vasto leque de estilos: a inspiração do movimento Arte Nova no cartaz de *Claudia* (ETP, 1923); a geometrização das figuras e a tipografia de A. M. Cassandre, influências no cartaz de *A Canção de Lisboa* (Almada Negreiros, 1933); as pinturas realistas dos cartazes de filmes clássicos, europeus e americanos, bem como a ousadia da geometria e do *cartoon* dos cartazes da Europa de Leste, nos cartazes dos melodramas e das comédias portuguesas, respetivamente, dos anos 30, 40 e 50; a tipografia evocativa de Saul Bass utilizada no cartaz de *Dom Roberto* (Victor Palla, 1962); a estética *kitsche* que José Brandão incute aos cartazes de *Crónica dos Bons Malandros* (1984) e *Kilas, o Mau da Fita* (1980); o tratamento tipográfico no cartaz de *Em Câmara Lenta* (autoria desconhecida, 2012) que de imediato remete para o cartaz do filme *I'm Still Here* (Neil Kellnerhouse, 2010). Estes são apenas alguns exemplos de como o cartaz de cinema português sempre procurou "fora de portas" inspiração para os seus cartazes, mesmo quando os filmes eram tão evocativos dessa "portugalidade" que os realizadores se sentiam e sentem impedidos a retratar, fosse pelo seu lado mais pitoresco e ingénuo⁵⁷, historicista⁵⁸, realista⁵⁹ ou documental.

Muitas vezes recorrendo a um *still* do filme, complementado com uma tipografia de fácil leitura e assimilação, os cartazes de cinema português não são pautados por um dinamismo estético marcante, embora muitas vezes a escolha de uma imagem que depois é bem tratada e articulada em termos de tipografia, ou o recurso a motivos mais inesperados, se traduza num cartaz icónico.

Na contemporaneidade pode constatar-se que a maioria dos cartazes de filmes mais recentes se encontra acessível na World Wide Web, possibilitando uma visualização dos mesmos, embora nem sempre numa resolução tão elevada quanto seria desejável mas, ainda assim, muito superior à de cartazes do século XX. A autoria dos cartazes atuais é algo difícil de rastrear, fruto do facto de muitos não conterem assinatura, elemento que, a par com a data, o impressor e a tiragem, foi gradualmente desaparecendo das margens dos cartazes. Estes cartazes são, regra geral, concebidos por um membro da equipa de produção do filme,

⁵⁶ Presente sobretudo nas comédias "à portuguesa".

⁵⁷ Nos clássicos épicos que o Estado Novo apoiava.

⁵⁸ Na Nova Vaga dos anos 60 e no *noir* dos finais dos anos 90/inícios dos anos 2000).

ou por um amigo/familiar/conhecido de alguém dessa mesma equipa. Nem sempre são pensados de forma estruturada e planeada, surgindo muitas vezes como um "problema a resolver" numa fase de início da promoção e divulgação mediática, algo que origina o recurso frequente a *stills* do próprio filme para a execução do respetivo cartaz, solução nem sempre viável tendo em conta que o filme acontece na horizontal (5:3 ou 16:9 são as proporções mais comuns) e os cartazes de cinema, a nível nacional e internacional, continuam a privilegiar o formato vertical. Esta carência de planeamento na divulgação dos filmes advém, frequentemente, do orçamento limitado com que estes são produzidos, situação que se tem vindo a agravar desde que a crise financeira ganhou contornos particularmente graves, no nosso país. O recurso a um designer gráfico ou a uma agência de comunicação é, frequentemente, um luxo do qual o realizador ou os produtores se veem obrigados a prescindir em detrimento de uma "solução rápida".

No que diz respeito à abordagem por parte do designer ao projeto de execução do cartaz, o processo criativo inicia-se sempre com a visualização do filme, que nem sempre se encontra na versão final que chega às salas de cinema, embora seja já muito aproximada da mesma. A partir daí, poderá dizer-se que cada cartaz é um cartaz, não existindo dois processos criativos iguais para os designers entrevistados: alguns dispõem de total liberdade criativa desde início; outros seguem linhas orientadoras por parte do realizador, produtor ou diretor artístico, que podem ser muito específicos nos seus pedidos ou mais generalistas na maneira como antevêm o cartaz; por vezes este é aprovado na sua primeira e única versão, enquanto outras vezes são apresentadas diversas versões e nenhuma é escolhida. É relativamente consensual o facto de que o primeiro elemento que se procura estabelecer é a imagética, e que a tipografia é pensada posteriormente, sendo incluídos depois o bloco de créditos e os logótipos dos financiadores.

Ao nível da imagética e tipografia, a evolução tecnológica ditou o abandono progressivo do desenho, da pintura e das técnicas de carácter mais manual, como o recorte e a colagem, em detrimento da fotografia e da letra de decalque, já na segunda metade do século XX, para, posteriormente, dar lugar a cartazes executados com recurso apenas a ferramentas digitais de captura e edição de imagem, no início do século XXI. Na atualidade o número de

cartazes que ainda denotam uma abordagem criativa evocativa dessa manualidade perdida é bastante reduzido.

Relativamente ao projeto editorial, fica a noção de que, embora o formato impresso continue a representar um veículo competente para a divulgação dos cartazes de cinema e para a sistematização de conhecimento relativamente a este tema, o presente projeto em específico poderia ter tirado um maior partido de um objecto que, por via da visualidade, procura transcender a sua natureza estática e contemplativa, para apresentar os cartazes ao leitor de uma forma mais dinâmica e visualmente estimulante. Este conceito poderia ter-se traduzido num diferente tipo de cortantes, um leque mais variado de tipos de papel, estratégias de interação ao nível do *layering*, *pop-up*, eventualmente texturas e ou até mesmo fragrâncias. Fica, no entanto, apontado um caminho que se auspícia fértil e convidativo a novas incursões, mesmo fora da área do cartaz de cinema.

Ao nível dos seus conteúdos, entende-se que a compreensão da realidade cartazista, poderia ter beneficiado da "desconstrução" visual de vários cartazes, como aquela que se ensaiou na página 92 do presente documento. Além disso os contextos da área do design português, poderiam afunilar mais sob a área do design gráfico, visto que este é de particular interesse para o estudo do cartaz. Acresce a esta realidade o contexto internacional do cartaz de cinema, nomeadamente ao nível das linguagens gráficas praticadas em países europeus e nos Estados Unidos da América, que se sabe sempre terem representado uma forte influência sob os cartazes portugueses, mas cuja análise comparativa, também década a década, não se conseguiu desenvolver, conforme se tinha idealizado numa fase inicial do projeto. Teria interesse estabelecer um paralelismo mais objetivo entre cartazes portugueses e cartazes de outros países e procurar convergências e dissonâncias ao nível do arranjo gráfico, imagética e tipografia dos mesmos.

4.2. Novas rotas de investigação

Em termos de perspectivas futuras são diversificadas as possibilidades que o presente projeto de investigação oferece.

Dentro do cartaz de cinema português poder-se-ão realizar incursões mais direccionadas para diversos tipos de cartaz, norteadas por um género cinematográfico e/ou de cartaz específico, por um determinado período temporal, ou pela filmografia de realizadores e atores. Sobre os cartazes de diversos eventos relacionados com cinema em Portugal tudo fica por dizer: dos ciclos e mostras de cinema organizados ao longo dos anos por diversas instituições culturais do nosso país, aos festivais de cinema, os extintos e os que ainda se realizam todos os anos e que apresentam cartazes dignos de uma análise e investigação próprias. Imediatamente vêm à memória os cartazes de João Machado para o Cinanima (1976 -), os do Fantasporto (1981 -), os do extinto Festival Internacional de Cinema da Figueira da Foz (1972-2002), os do Festival Internacional de Cinema de Tróia (1985 -), ou, mais recentemente (2012, 2013, 2014), os de Pedro Nora para o DocLisboa.

Seria importante a criação, num futuro que se espera próximo, de uma coleção que possa conter as digitalizações, em alta-qualidade, de todos os cartazes de cinema português cuja existência seja possível documentar. Com uma abrangência mais lata, esta base de dados contemplaria não só os cartazes de eventos ligados à história do cinema em Portugal (como os que acima foram referidos), mas também os de curtas, médias e longas metragens que não foram encontrados ou contemplados por esta investigação e que, certamente, serão imensos. A obtenção dos mesmos seria possibilitada pela realização de um circuito mais calculado e completo pelas principais instituições públicas e privadas de Portugal onde ainda seja possível consultar estes cartazes, sem as condicionantes temporais e financeiras da presente etapa que agora se fecha.

Além das imagens dos cartazes, seria ainda facultada informação considerada pertinente para a compreensão dos mesmos, nas suas dimensões de artefacto histórico (contextos à época, biografia do autor, local de impressão, tiragem) e objeto de design (ligação que estabelece com o filme, identificação de fontes tipográficas, proveniência e explicação da imagética, análise cromática, assinatura do designer, entre outros), acrescentando,

assim, novas camadas de conhecimento muito para lá da mera visualização dos mesmos. Seria crucial que esta coleção digital pudesse estar acessível *on-line*, de forma a possibilitar a sua consulta por designers, cinéfilos, profissionais da área do design e do cinema, e pelo público em geral. Teria também de ser uma coleção digital dinâmica, que permitisse, por um lado, a sua permanente actualização com novos cartazes e com informações em relação aos cartazes já existentes, e, por outro, uma pesquisa personalizável por diversos filtros, tais como designer, género de filme, ano, atores ou realizador. Existe o desejo de não abandonar, de todo, este tema e de continuar a jornada agora iniciada para o próximo ciclo de estudos, correspondente ao doutoramento.

Não constituindo propriamente uma declinação, mas antes um complemento ao cartaz, os créditos iniciais (ou genéricos) dos filmes representam também um objeto de profundo interesse não só para a área do design de comunicação como também do cinema português. Observar a evolução dos genéricos dos filmes nacionais ao longo das décadas, tentar perceber que relação estabeleciam, ou não, com o cartaz e com o próprio filme, e saber quem os executava e de que forma, constitui um potencial investigativo enorme que, ao que se conseguiu apurar, não foi até ao momento abordado no contexto nacional.

Encerra-se, assim, este documento com um sentimento ambivalente: por um lado, tendo a noção de que ele pretende ser um contributo legítimo para a preservação da memória deste artefacto do ponto de vista do design, por outro, sabendo que a erosão cultural vai todos os dias, meses e anos, roubando estes cartazes à história, e à memória, do cinema português. Do design português. Dos portugueses.

Bibliografia

Redigida de acordo com a Norma Portuguesa NP-405.

Publicações

AREAL, Leonor (2011) - *Cinema Português - Um País Imaginado: Vol. I - Antes de 1974*. Lisboa: Edições 70, 2011. 549 p. ISBN 978-9-72441-671-7.

AURINDO, Maria José (2006) – *Portugal em cartaz: representações do destino turístico (1911-1986)*. Lisboa : Centro de Estudos Geográficos da Universidade, 2006. ISBN 972-636-168-0.

" (2011) - *Cinema Português - Um País Imaginado: Vol. II - Após 1974*. Lisboa: Edições 70, 2011. 477 p. ISBN 978-9-72441-672-4.

ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE DESIGNERS (1994) - *Design e Designers, Portugal*. Lisboa: Associação Portuguesa de Designers, 1994. 182 p. ISBN 972-8114-00-1.

BAPTISTA, Tiago Ribeiro Ramos (1998) – *Sobre alguns cartazes da ETP de Raul de Caldevilla, 1916-1923*. Lisboa: [s.n.], 1998. 92 p.

BAPTISTA, Tiago (2008) - *A Invenção do Cinema Português*. Lisboa: Tinta da China Edições, 2008. 232 p. ISBN 978-9-72895-584-7.

BARBOSA, Maria Helena Ferreira Braga (2011) - *Uma história do design do cartaz português do século XVII ao século XX*. Orientação Vasco Branco, co-orientação Anna Calvera. Aveiro: Universidade de Aveiro, 2011. 302 f. Tese de Doutoramento em Design.

BORCHERT, Karlheinz (2013) - *The Modern Japanese Film Poster: for American and European Films*. Londres: BFI Publishing, 2006. 304 p. ISBN 978-3-94396-031-0.

BRANAGHAN, Sim; CHIBNALL, Stephen (2006) - *British Film Posters: An Illustrated History*. Londres: BFI Publishing, 2006. 304 p. ISBN 978-1-84457-221-2.

CAMILO, Eduardo José Marcos (2001) – *O cartaz partidário em Portugal no período revolucionário (1974-1975)*. Orient. António Fidalgo. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2001. 2 vol. Tese de Doutoramento.

COMISSÃO NACIONAL PARA AS COMEMORAÇÕES DO CENTENÁRIO DA REPÚBLICA [et al.] (2010) – *Cinema em Portugal: Os Primeiros Anos*. Lisboa: Imprensa Nacional da Casa da Moeda, 2010. 142 p. ISBN 978-9-72271-925-4.

CONTENTE, Irene (1981) – *O cartaz em Portugal: 1918-1945*. Lisboa: Faculdade de Letras, 1981. 186 f. Dissertação de Licenciatura.

COSTA, Henrique Alves - *Breve História do Cinema Português: 1896 - 1962* (1978). Lisboa: Instituto de Cultura Portuguesa, 1978.

COSTA, João Bénard - *Histórias do Cinema Português* (1991). Coleção *Sínteses da Cultura Portuguesa*. Lisboa: Imprensa Nacional da Casa da Moeda, 1991.

(1996) - *O cinema português nunca existiu* (1996). Lisboa: CTT - Correios de Portugal, 1996. 126 p. ISBN 978-9-72912-736-6

DILNOT, Clive (2014) - Is there an ethical role for the history of design? Redeeming through history the possibility of a humane world. In BARBOSA, Helena; CALVERA, Anna (2014) *Proceedings of the 9th International Committee Design History and Design Studies: Tradition, transition, trajectories: major or minor influences? Posters*, Aveiro: Universidade de Aveiro, 2014. ISBN 978-972-789-422-2. p. 34-35.

EDWARDS, Gregory J. (1989) - *The International Film Poster: the role of the poster in cinema, art, advertising and history*. Londres: London : Tiger, 1988. 224 p. ISBN 978-1-87046-161-0.

FERREIRA, Carolin Overhoff (2014) - *O Cinema Português através dos seus filmes*. Coleção Arte & Comunicação. Lisboa: Edições 70, 2014. 328 p. ISBN 978-9-72441-750-9.

FRANÇA, José Augusto (1991) – *A arte em Portugal no século XX*. Lisboa: Bertrand Editora, 1991. 661 p. ISBN 972-25-0045-7.

INSTITUTO ANTÓNIO HOUAISS DE LEXICOGRAFIA - PORTUGAL - *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa* (2003). Lisboa: Editora Temas e Debates, 2003. 7398 p., 3 volumes. ISBN 978-9-72759-664-5

KING, Emily (2003) – *Movie Poster*. Londres: Octopus Publishing Group, 2003. 224 p. ISBN 184-z000-653-6.

LOBO, Thereza (2001) - *Cartazes Publicitários: colecção da Empresa do Bolhão*. Lisboa: Edições Inapa, 2001. 143 p. ISBN 978-9-72797-023-0.

MANAÇAS, Vitor Manuel Teixeira (2005) – *Percursos do Design em Portugal*. Lisboa: Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa, 2005. 2 vol. Tese de doutoramento em Design de Equipamento. Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa.

MARTINS, Paulo Miguel (2011) – *O Cinema em Portugal: Os Documentários Industriais de 1933 a 1985*. Lisboa: Imprensa Nacional da Casa da Moeda, 2011. 320 p. ISBN 978-9-72271-944-5.

MENDONÇA, Rui Jorge Leal Ferreira (2007) – *O cartaz e a escola: um estudo centrado nos autores e no curso de design das Belas Artes do Porto*. Orient. António Modesto da Conceição Nunes. Porto: Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto, 2007. 2 vol. Tese de Doutoramento em Design de Comunicação.

NETO, Vítor (2007) – *O Cartaz Cinematográfico nos anos de Ouro do Cinema Português: 1931-1949*. Orientação Theresa Lobo, co-orientação João Miranda. Lisboa: Instituto de Artes Visuais, Design e Marketing, 2008. 109 f. Dissertação de Mestrado em Design e Cultura Visual.

NOURMAND, Tony (2013) – *100 Movie Posters*. Londres: Reel Art Press, 2013. 208 p. ISBN 978-0-95726-108-2.

PIÇARRA, Maria do Carmo (2014) – *O Cinema Ideal e a Casa da Imprensa: 110 Anos de Filmes*. Lisboa, Editora Guerra e Paz, 2014. 136 p. ISBN 978-9-89702-106-0.

PINA, Luís de (1978) - *Panorâma do Cinema Português: Das origens à actualidade*. Lisboa: Terra Livre, 1978. 166 p. ISBN [n.d.].

“ (1987) - *História do Cinema Português*. Colecção Saber. Mem Martins: Edições Europa-América, 1987. 224 p. ISBN 978-9-72101-095-6.

PROVIDÊNCIA, Francisco (2012) *Poeta, ou aquele que faz – a poética como inovação em design: Parte 1 / Teoria*, Orient. Maria de Fátima Teixeira Pombo, Aveiro: Universidade de Aveiro, 2012. Tese de Doutoramento em Design.

RAMOS, Carlos Leitão (1989) - *Dicionário do Cinema Português. Volume I: 1962 - 1988*. Lisboa: Editorial Caminho, 2012. ? p. ISBN 978-9-72210-446-3.

“ (2007) - *Dicionário do Cinema Português. Volume II: 1989 - 2003*. Lisboa: Editorial Caminho, 2007. 304 p. ISBN 978-9-72211-763-0.

“ (2012) - *Dicionário do Cinema Português. Volume III: 1895 - 1961*. Lisboa: Editorial Caminho, 2012. 472 p. ISBN 978-9-72212-602-1.

RAMOS, Igor; BARBOSA, Helena (2014) - 100 years of design in the Portuguese film poster: 1912-2012. In BARBOSA, Helena; CALVERA, Anna (2014) *Proceedings of the 9th International Committee Design History and Design Studies: Tradition, transition, trajectories: major or minor influences? Posters*, Aveiro: Universidade de Aveiro, 2014. ISBN 978-972-789-422-2. p. 34-35.

RIBEIRO, Félix M. (1982) - *Filmes, Figuras e Factos do Cinema Português, 1896-1949*. Lisboa: Cinemateca Portuguesa, 1982. 651 p. ISBN 972-6-19026-6.

RIBEIRO, Nuno. (2008) - *ArteRisco: 100 anos de design de comunicação em Portugal*. Lisboa: Escola Superior de Design, Instituto de Artes Visuais Design e Marketing, 2008. 102 f. Dissertação de Mestrado em Design e Cultura Visual.

RODRIGUES, Cátia Isabel da Silva (2010) – *Cartazes do Cinema Português: A Influência nos Cartazes Russos*. Orientação Theresa Lobo, co-orientação Martim Lapa. Lisboa: Instituto de Artes Visuais, Design e Marketing, 2010. 184 f. Dissertação de Mestrado em Design e Cultura Visual.

ROSA, Pedro (2000) – *O cartaz de propaganda do Estado Novo 1930-1940*. Lisboa: Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa, 2000. 4 vol. Dissertação de Mestrado em Teorias de Arte.

ROSAS, Ana (2013) - *Cartazes de filmes de Manoel de Oliveira: de Aniki-Bóbó a O Gebo e a Sombra*. Orient. Maria João Bártolo. Matosinhos: Escola Superior de Artes e Design, 2013. 86 f. Dissertação de Mestrado em Design de Comunicação.

SANTOS, Rui Afonso (1995) – O design e a decoração em Portugal: 1900-1994. In PEREIRA, Paulo (dir.) – *História da arte portuguesa*. Lisboa: Círculo de Leitores, 1995. Vol. III. ISBN 972-42-1225-4. p. 437-505.

SAROWITZ, Sam [et al.] (2008) – *The Art of the Modern Movie Poster: International Postwar Style and Design*. São Francisco: Chronicle Books, 2008. 516 p. ISBN 978-0-81186-171-7.

SAROWITZ, Sam (2008) – *Translating Hollywood: The World of Movie Posters*. Nova Iorque: Mark Batty Publisher, 2008. 184 p. ISBN 978-0-97728-279-1.

SOCIEDADE DE LÍNGUA PORTUGUESA (1989) - *Grande Dicionário da Língua Portuguesa*. Algés: Euroformação Valorização Pessoal e Profissional, 1989. Coord. José Pedro Machado. ISBN [n.d.]. Volume XII. 685 p. ISBN: [n.d.].

SANTOS, Rui Paulo Vitorino dos (2001) – *Do cartaz ao cartaz interactivo*. Porto: Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto, 2001. 118 f. Dissertação de Mestrado em Arte Multimédia.

SOUTO, Helena (2009) – *História do design em Portugal I: reflexões*. Lisboa: IADE edições, 2009. 94 p. ISBN 978-989-95639-2-6.

TAVARES, Raimundo José Leite (2007) – *O poder do cartaz: a cultura gráfica contemporânea*. Orient. Joaquim Antero Magalhães Ferreira. Porto: Universidade Fernando Pessoa, 2007. 337 f. Tese de Mestrado Ciências da Comunicação.

TORGAL, Luís Reis (2011) – *O Cinema sob o Olhar de Salazar*. Lisboa: Círculo de Leitores, 2000. 432 p. ISBN 978-9-89644-129-6.

VILAR, Emílio Távora (2014) – *Design et al.* Lisboa: Dom Quixote, 2014. 432 p. ISBN 978-9-72205-396-9.

Publicações periódicas

MATOS-CRUZ, José de (1989) - *O Cartaz de Cinema em Portugal*. In *Sessenta Cartazes Cinema Português*: Edição Especial da *Revista de Cinema*. Lisboa: Estrófico Publicações, Abril 1989. p. 3-6.

Entrevistas

RAMOS, Igor (2013) - *Considerações de Clive Dilnot*. [Registo sonoro]. Aveiro: [s.n.], 2013. Ficheiro (mov). (6 min., 59 seg.).

" (2014) - *Entrevista ao designer Henrique Cayatte*. [Registo sonoro]. Aveiro: [s.n.], 2014. Ficheiro (m4v). (40 min., 31 seg.).

" (2014a) - *Entrevista ao designer Luís Alegre*. [Registo sonoro]. Lisboa: [s.n.], 2014. Ficheiro (m4v). (37 min., 02 seg.).

" (2014b) - *Entrevista à designer Joana Linda*. [Registo sonoro]. Lisboa: [s.n.], 2014. Ficheiro (m4v). (14 min., 12 seg.).

Documentos electrónicos

ESTADOS UNIDOS. Cracked (2009) – *Lost in Translation: 20 Baffling Foreign Movie Posters* [em linha]. Califórnia: Santa Mónica, 2007- , actualizações diárias. [Consult. 3 Ago. 2014]. Disponível em WWW: <URL: http://www.cracked.com/article_16990_lost-in-translation-20-baffling-foreign-movie-posters.html>.

ESTADOS UNIDOS. Impawards (2006) – *The Silence of the Lambs Poster #2* [em linha]. [s.l.], [s.d.], atualizações regulares. [Consult. 20 Nov. 2014]. Disponível em WWW: <URL: http://impawards.com/1991/silence_of_the_lambs_ver2.html>.

ESTADOS UNIDOS. Huffington Post (2010) – *19 Foreign Movie Posters That Will Melt Your Mind* [em linha]. Nova Iorque: Cidade de Nova Iorque, 2005- , atualização diária. [Consult. 3 Ago. 2014]. Disponível em WWW: <URL: http://www.huffingtonpost.com/2010/04/29/19-foreign-movie-posters_n_557007.html#s85850title=The_Fly_>.

ESTADOS UNIDOS. *Key Art Awards* Página Oficial (2014) – *About Key Art* [em linha]. Nova Iorque: Broadway, 2011 - , atualizações regulares. [Consult. 27 Abr. 2014]. Disponível em WWW: <URL: <http://www.keyartaward.com/about-the-awards/>>.

ESTADOS UNIDOS. *Óscars* Página Oficial (2014) – *Rule Nineteen - Special rules for the short film awards* [em linha]. Califórnia: Beverly Hills, 2014 - , atualizações regulares. [Consult. 28 Nov. 2014]. Disponível em WWW: <http://www.oscars.org/sites/default/files/rule19_short.pdf>.

ESTADOS UNIDOS. Página oficial da Parsons (2014) – *Clive Dilnot* [em linha]. Nova Iorque, 2014 - , atualizações regulares. [Consult. 26 Nov. 2014]. Disponível em WWW: <URL: <http://www.newschool.edu/parsons/profile-program.aspx?id=63517>>.

ITÁLIA. Atelier Artiva Design (2014) - *Artiva Design* Homepage [em linha]. Génova: Atelier Artiva Design, 2014. [Consult. 3 Dez. 2014]. Disponível em WWW: <URL: <http://www.artiva.it/index.html>>.

JAPÃO. One Stroke Editora (2014) - *One Stroke* Homepage [em linha]. Tóquio: One Stroke Editora, 2014. [Consult. 4 Out. 2014]. Disponível em WWW: <URL: <http://www.one-stroke.co.jp>>.

PORTUGAL. Associação Portuguesa de Realizadores (2012) – *Cortes de 50% ao financiamentos dos projectos cinematográficos!* [em linha]. Lisboa: Associação Portuguesa de Realizadores, 2012 - , atualizações regulares. [Consult. 17 Set. 2014]. Disponível em WWW: <URL: <http://apr-realizadores.com/politica/?p=36627>>.

PORTUGAL. Behance: perfil de White Studio (2013) - *Inside/Outside* [em linha]. Porto: White Studio, actual. 7 Out. 2014. [Consult. 16 de Out. 2014]. Disponível em WWW: <URL: <https://www.behance.net/gallery/18766419/InsideOutside>>.

PORTUGAL. Câmara Municipal de Lisboa (2014) – *Cinemateca Portuguesa – Museu do Cinema* [em linha]. Lisboa: Câmara Municipal de Lisboa, actual. 2014. [Consult. 21 de Set. 2014]. Disponível em WWW: <URL: <http://www.cm-lisboa.pt/equipamentos/equipamento/info/cinemateca-portuguesa-museu-do-cinema>>.

PORTUGAL. Centro Virtual Camões do Instituto Camões (s.d.) - *Invicta Film* [em linha]. Lisboa: Camões: Instituto da Cooperação e da Língua, 2002-2007. [Consult. 5 de Dez. 2014]. Disponível em WWW: <URL: <http://cvc.instituto-camoes.pt/cinema/factos/fac003.html>>.

PORTUGAL. Cinema Português (2013) – *Alfredo Nunes Matos* [em linha]. [s.l.]: website Cinema Portugues, actual. regulares. [Consult. 5 Dez. 2014]. Disponível em WWW: <URL: <http://cinemaportugues.com.pt/?p=537>>.

PORTUGAL. Cinemateca Portuguesa (2013) – *Apresentação / História* [em linha]. Lisboa: Cinemateca Portuguesa, actual. 16 Set. 2014. [Consult. 21 Set. 2014]. Disponível em WWW: <URL: <http://www.cinemateca.pt/Cinemateca/Apresentacao.aspx> / <http://www.cinemateca.pt/Cinemateca/Historia.aspx>>.

PORTUGAL. Infopédia (2014) – *Henrique Cayatte* [em linha]. Porto: Porto Editora, 2003 - 2014, atualizações regulares. [Consult. 17 Set. 2014]. Disponível em WWW: <URL: [http://www.infopedia.pt/\\$henrique-cayatte](http://www.infopedia.pt/$henrique-cayatte)>.

PORTUGAL. Instituto Português do Cinema e Audiovisual (2014) – *Quem somos* [em linha]. Lisboa: Instituto Português do Cinema e Audiovisual, 2007 - , atualização diária. [Consult. 21 Set. 2014]. Disponível em WWW: <URL: <http://www.ica-ip.pt/pagina.aspx?pagina=201>>.

PORTUGAL. Jornal Destak (2010) – *Profissionais unem esforços a outros artistas para combater cortes orçamentais* [em linha]. Lisboa: Jornal Destak, 2007 - , atualização diária. [Consult. 17 Set. 2014]. Disponível em WWW: <URL: <http://www.destak.pt/artigo/68352>>.

PORTUGAL. Jornal Diário de Notícias (2014) – *Pedro Costa melhor realizador em Locarno* [em linha]. Lisboa: Jornal Diário de Notícias, 1995 - , atualização diária. [Consult. 11 Out. 2014]. Disponível em WWW: <URL: http://www.dn.pt/inicio/artes/interior.aspx?content_id=4080710>.

PORTUGAL. Jornal Expresso (2012) - *Dois prémios para Portugal no Festival de Cinema de Berlim* [em linha]. Lisboa: Jornal Expresso, 1997 - , atualização diária. [Consult. 11 Out. 2014]. Disponível em WWW: <URL: <http://expresso.sapo>>.

pt/dois-premios-para-portugal-no-festival-de-cinema-de-berlim=f705449>.

PORTUGAL. Jornal Público (2010) – *Cortes na cultura levam a suspender rodagem de Canijo* [em linha]. Lisboa: Jornal Público, 1999 - , atualização diária. [Consult. 17 Set. 2014]. Disponível em WWW: <URL: <http://www.publico.pt/culturaipsilon/noticia/cortes-na-cultura-levam-a-suspender-rodagem-de-canijo-259849>>.

PORTUGAL. Jornal Público (2010) – *O cinema português nunca existiu tanto e com tão pouco* [em linha]. Lisboa: Jornal Público, 1999 - , atualização diária. [Consult. 9 Out. 2010]. Disponível em WWW: <URL: <http://www.publico.pt/culturaipsilon/noticia/o-cinema-portugues-nunca-existiu-tanto-e-com-tao-pouco-253691?page=-1>>.

PORTUGAL. Jornal Público (2013) – *Coleccionador paga 920 mil euros por cartaz de Metrópolis* [em linha]. Lisboa: Jornal Público, 1999 - , atualização diária. [Consult. 27 Abr. 2014]. Disponível em WWW: <URL: <http://www.publico.pt/cultura/noticia/coleccionador-paga-920-mil-euros-por-cartaz-de-metropolis-1577644>>.

PORTUGAL. Jornal Público (2013) – *Prémios Sophia: "Ridículos" ou o reconhecimento que faltava?* [em linha]. Lisboa: Jornal Público, 1999 - , atualização diária. [Consult. 3 Dez. 2014]. Disponível em WWW: <URL: <http://www.publico.pt/lei-do-cinema/jornal/premios-sophia-ridiculos-ou-o-reconhecimento-que-faltava-27085189>>.

PORTUGAL. Página oficial de Joana Linda (2014) – *Self-portraits* [em linha]. Lisboa, 2014 - , atualizações regulares. [Consult. 17 Set. 2014]. Disponível em WWW: <URL: http://www.joanalinda.com/site/?page_id=484>.

PORTUGAL. SIC Notícias (2012) – *Realizadores e produtores de cinema reunidos com secretário de Estado da Cultura* [em linha]. Lisboa: SIC Notícias, 2011 - , atualização diária. [Consult. 17 Set. 2014]. Disponível em WWW: <URL: <http://sicnoticias.sapo.pt/cultura/2012-05-18-realizadores-e-produtores-de-cinema-reunidos-com-secretario-de-estado-da-cultura>>.

PORTUGAL. TSF (2014) – *A primeira sala de cinema portuguesa reabre em setembro* [em linha]. Lisboa: TSF, 1996 - , atualização diária. [Consult. 18 Set. 2014]. Disponível em WWW: <URL: http://www.tsf.pt/PaginaInicial/Vida/Interior.aspx?content_id=3992998&page=-1>.

REINO UNIDO. The Guardian (2013) – *Little White Lies Weekender, Cinema Palestino: film festival previews* [em linha]. Londres, 1999 - , atualização diária. [Consult. 19 de Set. 2014]. Disponível em WWW: <URL: <http://www.theguardian.com/film/2013/nov/30/film-festival-previews-30-11>>.

SINGAPURA. A Beautiful Design (2011) - *For Browsing Only* [em linha]. Singapura, 2010 - , atualizações regulares. [Consult. 16 de Out. 2014]. Disponível em WWW: <URL: <http://www.abeautifuldesign.com.sg/v2/?p=1274>>.

